Voyages-sncf.com

MANAGEMENT
UNE ENTREPRISE
EN MODE PARTICIPATIF

NOUVEAUX USAGES
LE CROSS-CANAL

INNOVATION
CE QUI NOUS
ATTEND EN 2013

SOCIÉTÉ
PARTIR À PETITS PRIX
MODE D'EMPLOI

CAP À
l'international

L'ODYSSÉE DIGITALE

(ÉPISODE 3)

S 77 68 2827 - F : 0 €

VOYAGES-SNCF.COM, «EUROPEAN RAIL EXPERTS»

2013 est une année charnière pour Voyages-sncf.com : notre marque devient **une marque unique dans toute l'Europe**, qui se déploie désormais de Lisbonne à Moscou sur plus de vingt sites web et applications mobiles déclinés en huit langues.

Avec cette évolution majeure pour Voyages-sncf.com, nous souhaitons faire une promesse à 500 millions d'Européens, celle de leur apporter le meilleur de l'e-voyage sur la distribution ferroviaire et sur la destination France.

Les utilisateurs apprécient notre savoir-faire technologique ? Continuons d'**inventer les réponses digitales adaptées à leurs besoins**. Après le tournant du m-commerce, créons pour eux **les services innovants du multi-écrans et de la convergence**. Proposons-leur des solutions pour qu'ils aient accès à **une information toujours plus riche, toujours plus pertinente et toujours plus personnalisée**. Et aidons-les à **optimiser leur budget voyage**.

Nous aimons la France, ses paysages, sa culture, son patrimoine et son art de vivre ? Travaillons en **partenariat avec les acteurs du tourisme** pour inventer une nouvelle manière de découvrir la France et d'en révéler l'incroyable richesse. Faisons du **train le trait d'union d'un écosystème touristique dynamique et pérenne**, capable de créer de la valeur et de l'emploi au service d'une belle promesse : faire venir toujours plus de touristes étrangers en France.

L'entreprise a travaillé pendant un an pour relever ce défi. Elle **rassemble désormais plus de 600 personnes**, dont un tiers est exclusivement dédié à l'Europe et un tiers à la partie technique. C'est la clé pour pouvoir offrir un service irréprochable à la hauteur de la réputation de Voyages-sncf.com en France et pour apporter dans chaque pays une approche adaptée, localisée et personnalisée.

Ensemble, les femmes et les hommes de Voyages-sncf.com mobilisent leurs efforts pour être ce que leurs clients attendent d'eux : **être les « European Rail Experts »**.

Yves Tyrode
Directeur général de Voyages-sncf.com

3,6
milliards d'€
de volume d'affaires en 2012
7%
de progression du volume d'affaires vs 2011

EUROPE
Un volume d'afffaires de
242 millions d'€
en progression de 16%
INTERNATIONAL
7
millions
de billets
vendus

MOBILE COMMERCE
1 multiplication par 10
du volume d'affaires en 3 ans
avec 162 millions d'euros générés en 2012
2ème appli
de m-commerce
en audience
avec près d'1,5 million
de visiteurs uniques
(source Médiamétrie, oct-nov 2012)
5 millions
d'applications
téléchargées
en 3 ans, c'est la 1ère appli
e-commerce de l'appstore
SOCIAL COMMERCE
1er million d'€
réalisé avec les réseaux sociaux
1 billet
de train
vendu
toutes les
5 secondes
sur mobile

** Nombre de salariés*

UN COMITÉ DE DIRECTION **MOBILISÉ**

Yves Tyrode (47 ans, École Nationale Supérieure des Télécommunications) est Directeur Général de Voyages-sncf.com. Il a pour mission de développer la dynamique commerciale du groupe par l'innovation et le service en France et à l'international.

Fréféric Burtz
(45 ans, École Polytechnique et Télécom ParisTech)
est Directeur général adjoint en charge des Partenariats, Régie et Tourisme.

Eliane Barbosa
(39 ans, CNAM, IAE Paris)
est Directrice des Ressources Humaines.

François Bitouzet
(36 ans, École Normale Supérieure, DEA analyse et politique économiques)
est Directeur de la Communication et de la Marque.

Olivier Jolly
(44 ans, Centrale Lyon)
est Directeur Financier.

Jérôme Laffon
(40 ans, HEC)
est Directeur France.

Julien Nicolas
(37 ans, ESC Pau)
est Directeur de la Relation Client.

Eric Ravy
(46 ans, diplômé de droit européen de l'Université de Heidelberg, DEA Droit des affaires)
est Directeur Juridique.

Gilles de Richemond
(41 ans IPSA)
est Directeur Technologies pour le groupe où il pilote VSC Technologies.

Fabien Soulet
(39 ans, London School of Economy, EDHEC)
est Directeur Europe et Ventes Internationales.

Emmanuelle Turlotte
(38 ans, ESSEC)
est Directrice de la Stratégie et de la Vision Client.

Frédérique Ville
(42 ans, École Polytechnique et Télécom ParisTech)
est Directrice de l'Innovation.

Sommaire

1 Édito
2 Chiffres clés
5 Un comité de direction mobilisé

WELCOME TO FRANCE !

10 La France, les attraits d'un pays aux multiples facettes
12 La France vue par...
14 Le tour d'Europe de Voyages-sncf.com

UN AUTRE REGARD SUR LE VOYAGE

18 Anti-stress, anti-prise de tête : le voyage autrement sur Voyages-sncf.com
20 Cap sur la France !
22 Un voyage exclusif au cœur de l'événement

L'HOMO DIGITALUS

26 Les Français préparent leurs vacances : internet, mon bel internet, dis-moi quel voyage je ferai !
28 Demain, tous équipés ! Jamais sans mes écrans !
30 La mobilité selon Voyages-sncf.com : un succès « made in France » !
32 En 2013, tablettes ou smartphones, les 2 visages du mobile

A LA CARTE !

36 Je veux un peu d'attention !
38 Faites un voeu… C'est déjà sur Voyages-sncf.com !
40 Comment conjuguer idée voyage et petits prix ?
41 Partir à petits prix : c'est possible ! Mode d'emploi

INNOVATION, CE QUI NOUS ATTEND EN 2013

44 Que nous réserve demain ? Zoom sur ces innovations qui s'emparent du quotidien
46 Incubateurs et co-innovation, les concepts stars de 2013
47 Big Data, la révolution des données

LA TECHNO PARADE

50 Enquête sur la plateforme techno du 1er site français de e-commerce : VSC Technologies
52 Test : la Techno pour les nuls

CAHIER MANAGEMENT

56 Une entreprise en mode participatif
58 Des hommes, des femmes, des carrières : plongée au cœur d'un groupe d'e-commerce
61 Bien-être : Voyages-sncf.com adopte le télétravail

ET SI ON PARLAIT DURABLE ?

62 Promotion du tourisme responsable : les salariés aussi se mobilisent !
63 Le voyage responsable idéal des Français : partage et simplicité au programme !

64 Témoignages
Courrier des lecteurs
66 Ours
67 Jeux
68 Horoscope

WELCOME to FRANCE !

INTERNATIONAL,
EUROPE,

QUAND LA FRANCE
se conjugue
en PLUSIEURS LANGUES

LA FRANCE, les attraits d'un pays aux MULTIPLES FACETTES

La France dispose d'un véritable capital touristique. Ses atouts tiennent dans la multiplicité de ses points d'intérêt : diversité des paysages, richesse du patrimoine historique, culturel et artistique (le patrimoine culturel français est au 4ème rang mondial, et ses industries culturelles au 8ème rang), climat tempéré, facilités d'accès et infrastructures de transport (5ème rang mondial) et variété des structures d'accueil et de loisirs. ●

CHIFFRES CLÉS VOYAGES-SNCF.COM EN EUROPE (BtoC)

13 versions locales de sites web et mobiles

6 langues

Depuis plus de trente ans, la France est la première destination touristique mondiale. En 2011, ce sont 81,4 millions de visiteurs[1] qui ont été accueillis dont 65% en provenance de la zone euro. Le tourisme a d'ailleurs rapporté 45 milliards d'euros à la France l'an dernier[2].

Un modèle à réinventer

Dans un contexte où la croissance du nombre d'arrivées de touristes étrangers ralentit en France (3% en 2011[1]), avec en parallèle l'élargissement des destinations touristiques dans les décennies à venir via le développement des pays émergents, il est plus que jamais indispensable de prendre soin de ce capital, de lui donner les moyens de fructifier et de le valoriser. D'autant qu'en passant de la 4ème à la 7ème place en deux ans dans la compétitivité des destinations (classement réalisé par le Forum économique mondial), la championne du monde des arrivées touristiques marque le pas.

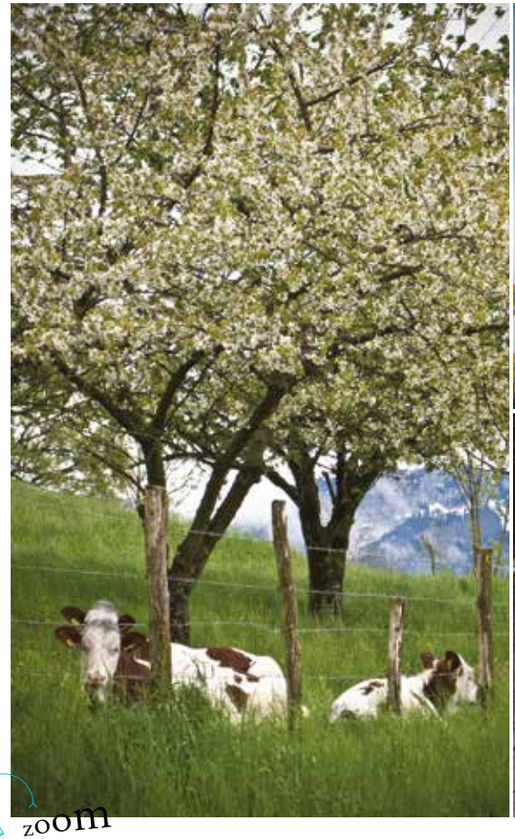
Réagir est urgent. Voyages-sncf.com souhaite participer à cette valorisation en développant un écosystème touristique innovant et ouvert pour créer de la valeur pour les clients. Le groupe veut devenir le distributeur européen de billets de trains pour la France. Cela peut contribuer au soutien du secteur, tout comme la dynamisation que l'entreprise donne au marché via une politique d'offres et de partenariats pertinente.

Les Européens, une cible essentielle

En 2013, 27% des Européens ont prévu de se rendre dans un autre pays de l'Union Européenne[2] et 53% ont utilisé internet en 2012 pour préparer leurs vacances. Parmi les destinations les plus populaires, la France arrive en 2ème position avec l'Italie (8%), derrière l'Espagne (10%).

Voyages-sncf.com facilite la venue des touristes européens en France en leur proposant toute une palette de services : une offre optimisée de trains qui partent des grandes villes européennes pour aller notamment vers les grandes villes françaises, un service pour organiser l'ensemble de son voyage en Europe, de son point de départ à son point d'arrivée, des idées de voyages en France selon son envie du moment (détente, culture, mer, etc.) et son budget.

[1] Source World Tourism Organization, Tourism Highlights, édition 2012
[2] Source Ministère du Tourisme
[3] Source European Commission, Flash Eurobarometre 370 - TNS Political & Social - 2013
[4] Source DGIS, Banque de France, enquête EVE - 2011



zoom

Les touristes européens et la destination France

Touristes européens venant en France[3]

Royaume-Uni : 18,3%
Allemagne : 17,2%
Belgique : 15%
Italie : 11,8%
Pays-Bas : 10,3%
Suisse : 8,4%
Espagne : 8,1%

Portrait du touriste européen[4]

Combien de temps reste-t-il ? 4 à 7 nuits en moyenne (29,6%).
Que vient-il faire ? A 50% pour passer simplement des vacances et jouir de moments de loisirs, ensuite pour 35%, il s'agit de faire du tourisme culturel, et en troisième lieu, se promener, se balader à 24%.
Où va-t-il ? Majoritairement en Ile-de-France, pour 28%, ensuite à plus de 16% en région PACA, la 3ème place du podium revenant à la région Rhône-Alpes pour près de 10% des touristes européens. Il est intéressant de mettre en parallèle ces chiffres avec ceux issus du sondage réalisé par Voyages-sncf.com en mars 2013 sur lequel nous allons revenir. En effet, le podium des régions que les Français aimeraient faire découvrir aux étrangers diffère : si Paris est bien en tête, la région PACA n'arrive qu'en 5ème position.

LA FRANCE vue par … Regards croisés des Européens sur la 1ÈRE DESTINATION TOURISTIQUE MONDIALE

La France est la 1ère destination touristique mondiale, mais que se cache-t-il derrière cette réalité ? Pourquoi vient-on en vacances en France? Derrière les clichés, se dessine une perception qui peut surprendre sur nos pratiques en vacances ! ●

Pourquoi, nos voisins européens viennent-ils en France ?[1]

Les Européens ont tous une conception très différente de leurs vacances et ils ne les voient pas tous de la même manière que les Français !

Les Belges : nos cousins aiment la France ! Ils déclarent à 47% avoir été en vacances en France en 2012. Et ce qui les attire le plus, lors de leurs vacances, c'est la culture pour 35% d'entre eux.

Les Britanniques : ils sont particulièrement attentifs à la qualité de l'hébergement, aux services et activités sur place. Pour 42% d'entre eux, l'hébergement est une condition *sine qua non* pour retourner au même endroit. Quant au 2ème *item*, il est mentionné par 31% des Britanniques.

Les Italiens : ils apprécient particulièrement les escapades dans les grandes villes européennes (27%).

Les Luxembourgeois : ils recherchent le soleil et la plage à 58%.

Les Néerlandais : ce sont les champions européens de la recherche d'informations pour leurs vacances sur internet (63%). Ils sont 42% à évoquer un besoin de nature comme raison principale de leurs vacances.

Et chez Voyages-sncf.com, qui sont ces touristes européens ? Profils à la loupe.

En Belgique et au Luxembourg, la part de voyageurs fréquents et professionnels est plus élevée que la moyenne.

En Allemagne, les clients de Voyages-sncf.com ont un profil plus masculin avec une moyenne d'âge plus élevée (50 ans) et CSP+. En Italie, leur profil est urbain, CSP+, âgé entre 25 et 45 ans.

Quand les Français enfilent le costume du touriste étranger

Selon les Français[2], les touristes étrangers cherchent surtout à visiter les lieux de notre patrimoine culturel (94%), à profiter de la beauté des paysages ou encore à apprécier notre gastronomie française (93%). Et d'ailleurs, dans ce domaine, les Français plébiscitent la crêpe bretonne ! Celle-ci est en effet la spécialité régionale préférée (43%) ! Elle rafle la mise devant la choucroute alsacienne (27%) et la fondue savoyarde (26%).

Et parmi les lieux qu'ils aimeraient faire découvrir à un visiteur étranger, Paris arrive bien évidemment en tête (52%) ! Et attention surprise : la Normandie, la Bretagne, le Mont-Saint-Michel, la Loire et ses châteaux ou encore le Sud-Ouest devancent la Côte-d'Azur parmi les autres destinations à découvrir !

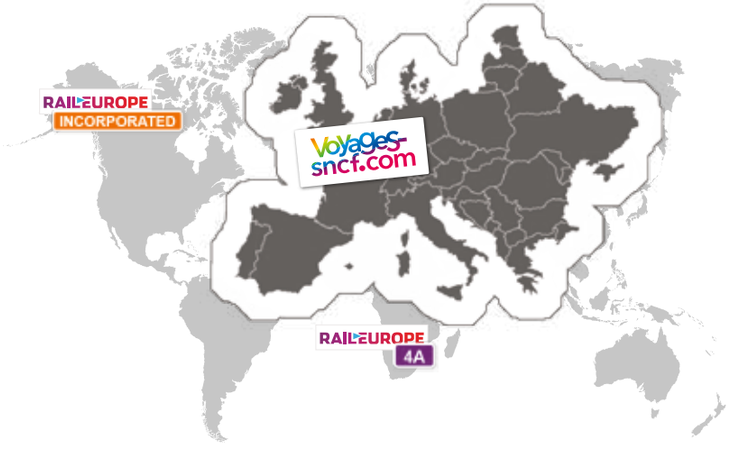
Et le touriste français, qu'aimerait-il voir dans l'Hexagone ?

La cité médiévale de Carcassonne (27%), l'abbaye du Mont Saint-Michel (24%) et le château de Versailles (23%) constituent le top 3 des lieux qu'aimeraient visiter les personnes interrogées.

[1] Source Ministère du Tourisme

[2] Etude Harris Interactive pour Voyages-sncf.com réalisée en ligne du 05 au 07 mars 2013. Echantillon de 1377 individus représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus, à partir de l'access panel Harris Interactive. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).

Du Portugal à la Russie, LE TOUR D'EUROPE de VOYAGES-SNCF.COM



CHIFFRES CLÉS 2012

7 millions de billets
de train vendus
dans le monde

242 millions d'euros
de volume d'affaires
en Europe

16 % de croissance
en Europe

200 collaborateurs
en Europe

EUROPEAN RAIL EXPERTS

Voyages-sncf.com se déploie sous une marque unique à partir du 17 avril 2013 et acquiert une nouvelle dimension sur l'ensemble de l'Europe. Dans un contexte d'ouverture des marchés, de mutations profondes des acteurs du tourisme et d'évolutions des modes de consommation, Voyages-sncf.com entend faire bénéficier l'ensemble des Européens de sa maîtrise dans la distribution de billets de train, de son expertise digitale et de sa connaissance de la destination France. En effet, l'ensemble des sites se déploiera sous une même marque unique, Voyages-sncf.com, et disposera de la même ergonomie harmonisée. Ces changements seront immédiats pour les clients avec des sites plus rapides, plus simples, et intégrant de nouveaux services.

L'ambition du groupe Voyages-sncf.com est de mettre à portée de clic et à grande vitesse, la destination France pour tous les Européens et de devenir le leader de la distribution du voyage en Europe. ●

Aujourd'hui, Voyages-sncf.com dispose d'un réseau puissant à travers toute l'Europe avec 13 sites web BtoC, des applications mobiles en 6 langues, 6 boutiques et un service intégré de call centers.

Des activités BtoC

Voyages-sncf.com avait, avant le regroupement de ses activités sous une marque unique, trois marques différentes de distribution online en Europe : Voyages-sncf.com en France, TGV-Europe en Europe continentale exceptée la France et Rail Europe au Royaume-Uni. À ces canaux de distribution online s'ajoutent des canaux de vente internationaux offline : des boutiques à Londres, Bruxelles, Cologne, Genève, Milan et Madrid et des call centers dédiés.

Les marchés prioritaires

La Belgique est historiquement le 1er marché européen pour Voyages-sncf.com avec 25 millions de volume d'affaires en 2012. La Belgique est un hub stratégique pour l'Europe du Nord ; Thalys, Eurostar, TGV y convergent.

En Allemagne, une attention particulière est portée sur la vente de billets sur Thalys avec un express booking spécifique et une sous-home dédiée à venir. Voyages-sncf.com développe également une offre unique online pour voyager de Cologne vers Paris ou la province.

Le site italien est le seul site qui commercialise **en Italie** l'offre TGV de Milan et Turin vers Paris. Les trains à grande vitesse italiens NTV seront également disponibles d'ici mai 2013. En associant les deux offres, Voyages-sncf.com sera le seul distributeur online capable de proposer des parcours 100% à très grande vitesse reliant par exemple Rome, Naples, Bologne ou encore Florence à Paris et au reste de la France.

En Espagne, le site distribue les voyages en train entre Barcelone et les grandes villes de France (Paris, Lyon, Marseille, Toulouse) avec le prolongement de la ligne à venir.

Voyages-sncf.com est déjà via www.raileurope.co.uk le numéro 1 de la distribution on-line de trains du **Royaume-Uni** vers l'international. Si les clients anglais sollicitent fortement le call center, ils plébiscitent l'offre d'Eurostar vers Paris. La marque unique sera déployée sur l'offre britannique d'ici 2014.

Voyages-sncf.com et le BtoB, un nouveau champ de compétences

Avec l'intégration de Rail Europe Continentale dont l'activité BtoB est le cœur de métier, le groupe s'ouvre à une nouvelle activité qui couvre déjà 15 000 agences de voyage et Tours opérateurs en Europe (hors Royaume-Uni). Cette offre dédiée sera accessible sur le site Voyages-sncf.eu. Elle repose sur une approche multicanale structurée via l'outil de réservation en ligne, les GSA et les centres d'appel pour accompagner les agents de voyage et les offres pour les groupes.

Une activité partout dans le monde

Via les filiales Rail Europe Inc. (Amérique du Nord) et Rail Europe 4A (Asie, Australie, Amérique Latine et Afrique), le groupe Voyages-sncf.com propose son offre de billets en France partout dans le monde avec des filiales à Mumbai, Tokyo, Séoul, Sydney, Buenos Aires, Hong-Kong et Dubai. Le groupe dispose de 30 sites web BtoB et BtoC (langue locale, monnaie locale, paiement local, service local).

Un AUTRE REGARD *sur le voyage...*

De la campagne

à la ville,

DE LA MER

À LA MONTAGNE,

en train ou en avion

LE VOYAGE

prend une autre dimension

ANTI-STRESS, ANTI-PRISE DE TÊTE : le voyage **AUTREMENT** sur Voyages-sncf.com

CHIFFRES CLÉS

140 000 hôtels
référencés dans le monde
dont 70 000 en Europe

4 500 croisières

900 campings

480 compagnies aériennes

Plus de 3 000 activités

Planifier ses vacances c'est déjà être un peu en vacances, non ? Cela doit être synonyme d'évasion, de plaisir, de zéro stress ! C'est pourquoi, Voyages-sncf.com développe une offre de voyages adaptée à toutes les envies, en toute sérénité et en toute simplicité ! ●

Voyages-sncf.com a une double activité : une activité d'agence de voyage, et une activité de distributeur de billets de trains. En plus de ces activités, l'entreprise a développé une gamme très importante de services pour préparer et accompagner les envies de voyages. Revue de détail de l'ensemble de ces activités…

Voyager en train

Voyages-sncf.com assure la distribution de trains en France et en Europe avec la distribution de billets de plus de 15 transporteurs et entités d'offres dont TGV, Eurostar, TGV Lyria, Intercités, Ouigo, Thalys… Voyages-sncf.com améliore sans cesse son inventaire pour proposer l'offre la plus complète possible de transports en France.

L'entreprise se mobilise également pour offrir au-delà de la distribution de billets de nombreux services qui facilitent le voyage comme l'offre train et hôtel, l'offre auto-train ou encore le service Junior&Cie. Avec ce service, dès la gare et à bord du train, un accompagnateur professionnel prend en charge votre enfant, et à l'arrivée, le confie personnellement à la personne que vous avez désignée. Ce sont plus de 6 000 parents qui chaque mois en 2012 ont utilisé le service.

L'agence, un regard vers l'ailleurs

Une activité d'agence de voyage est également développée en joint-venture avec Expedia. Avec une offre très riche de destinations proposées, 140 000 hôtels référencés dans le monde dont 70 000 en Europe, 4 500 croisières, 900 campings, plus de 3 000 activités, le site Voyages-sncf.com permet à chacun de composer son séjour selon ses envies et en accord avec son budget ! Le groupe a initié dans cet esprit une politique forte de partenariats pour proposer une offre touristique large comprenant par exemple 57 000 locations de vacances, ou des activités qui pimentent le séjour comme des sorties, spectacles, loisirs touristiques…

Vous donner envie de partir

Voyages-sncf.com accompagne toutes les envies des voyageurs à travers sa présence sur les réseaux sociaux. Le groupe vient ainsi de lancer sa page Pinterest.

Les photographies proposées invitent au voyage pour préparer un séjour soit par destination, soit en fonction de vos envies du moment.
Voyages-sncf.com accompagne également les voyageurs dans leur recherche avec un calendrier des prix, les Bons Plans, des offres personnalisées à prix malins, et des services qui dans la rubrique « où partir » leur donne des idées de voyages adaptées à leurs envies. En effet, à partir d'une requête, Voyages-sncf.com suggère des idées de destinations, d'hébergements, de loisirs.
Pour permettre une meilleure identification des offres en fonction des besoins de chacun, Voyages-sncf.com a rendu son site plus simple avec une nouvelle version en 2012 dont voici les quatre éléments marquants :
- Un accès simplifié aux bons plans, au calendrier des prix et une valorisation des services donnant des idées de voyage ;
- Une réservation plus facile et plus rapide ;
- Le regroupement de tous les outils pour s'informer (points de ventes, info voyageurs, cartes & abonnements, calendrier des prix…) ;
- Une socialisation accentuée du site plus en lien avec les réseaux sociaux.

Depuis 3 ans, l'offre trains proposée par le site est également accessible sur le mobile quel que soit le support ou le système d'exploitation.

CAP SUR LA **FRANCE** !

Retour sur les grandes tendances des vacances et sur les destinations plébiscitées par les Français.

Où partent en vacances les Français ? Que plébiscitent-ils ? Voyages-sncf.com revient sur les grandes tendances qui ont fait 2012 et qui feront 2013. ●

Retour sur les destinations préférées des Français en 2012

Le trio gagnant des destinations en France : Paris, Lyon et Marseille. A noter que Disneyland, Strasbourg et Deauville sont des destinations-séjours également appréciées.

En Europe, Londres, Amsterdam et Bruxelles sont les villes qui rencontrent le plus de succès sur les packages « Train+Hôtel ». A noter que Rome se détache particulièrement en termes de vols, d'hôtels et de package « Vol+Hôtel ».

Pour aller plus loin, ce sont New-York, Marrakech et Las Vegas qui remportent les suffrages.

Et pour 2013 ? Ça frémit du côté de la Scandinavie, Copenhague et Stockholm ont le vent en poupe !

Franchies les portes de l'Europe, la route se dessine vers l'Asie : Shanghai et Pékin.

Il faut néanmoins avoir en tête que les intentions de départ des Français sont en baisse : 62% vs 67% en 2012[1]. Trois millions de Français renonceraient aux vacances. Ce chiffre est historiquement bas. Il a pour corollaire une baisse du budget global des vacances, plus particulièrement pour les classes moyennes et les CSP- et un hébergement non marchand plus conséquent.

Les beaux jours arrivent ! Et qui dit beaux jours dit longs week-ends de mai

Avec la configuration des ponts en 2013, Voyages-sncf.com observe deux attitudes : une réservation en amont pour le pont le plus long, celui du 8 mai, sur des destinations lointaines : New-York, Tokyo, Stockholm. Et concernant les autres ponts, les réservations se font plutôt en mode dernière minute sur des destinations plus proches : Amsterdam, Barcelone, Bruxelles, Lisbonne, Prague, Rome et Venise. A noter que quels que soient les ponts, et comme l'an passé, une destination fait toujours l'unanimité : Londres ! Que veulent faire les Français pendant ces ponts ? Ne rien faire, décompresser est l'activité privilégiée pour les longs week-ends de mai pour 74%[2] des personnes interrogées.

AVANT TOUT DÉ-COM-PRESSER MAIS CONNECTÉ !

L'objectif est de couper avec son quotidien pour 78% des répondants. Et pourtant ils restent toujours connectés. 58% indiquent qu'ils utilisent autant leur téléphone qu'en temps normal…

Mais où partir en mai ?

Les Français sont divisés ! 38% préfèrent la campagne, 35% une destination au soleil et 23% souhaitent visiter une capitale européenne !

[1] Etude Protourisme 2013

[2] Etude Harris Interactive pour Voyages-sncf.com réalisée en ligne du 05 au 07 mars 2013. Echantillon de 1377 individus représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus, à partir de l'access panel Harris Interactive. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e)

zoom

Hexatourisme, un défi relevé

La première plate forme regroupant informations et offres touristiques en France monte en puissance

En mars 2012, Voyages-sncf.com[1] s'est allié à l'Agence de développement touristique de la France, Atout France et à la Caisse des Dépôts pour créer la société Hexatourisme. Ce moteur de recherche inspirationnel a pour ambition d'être le point d'accès central de l'information et de l'offre touristique en France.

Alimenté par les offres marchandes et le contenu non marchand des offices du tourisme, des comités régionaux du tourisme et des agences de développement locales, ce moteur permet à ces acteurs de valoriser leur patrimoine local et leurs services auprès d'une clientèle française et internationale. C'est donc un agrégateur d'offres au service des professionnels du tourisme. Aujourd'hui, ce sont trois Comités de Tourisme Régionaux majeurs qui viennent d'acquérir le moteur Hexatourisme : le CRT Rhône-Alpes, le CRT Bretagne et le CRT Bourgogne.

Par son implication et son apport technologique dans ce moteur, Voyages-sncf.com illustre sa capacité à s'ouvrir et à faire bénéficier aux acteurs locaux de son expertise sur l'univers digital. Toute cette offre diffuse, qui fait la richesse du tourisme français, est ainsi valorisée et permet à des acteurs non équipés d'accéder à un marché national et international et de profiter d'un trafic qualifié sur des portails à forte audience tel que Voyages-sncf.com. En effet, dès juin 2013, le site intègre le moteur Hexatourisme avec, dans un premier temps, l'enrichissement de son contenu éditorial dans son espace « Où partir ? » et dans un second temps -d'ici la fin de l'année-, l'intégration de nouvelles offres touristiques issues de la plate forme.

Ce moteur est un facilitateur pour l'internaute : il réunit dans un seul endroit à la fois de l'information sur sa destination vacances, ou inspire des idées de voyages, et permet de concrétiser l'organisation de ses vacances, en ayant accès en temps réel à la disponibilité des hébergements, activités, etc. et offre la possibilité de finaliser en réservant.

En effet, il propose à l'internaute, à partir d'une simple requête, tous les éléments nécessaires pour composer son voyage : hébergement, activités / évènements culturels, sportifs, etc., sur une région donnée. Il peut ainsi visualiser, comparer et choisir sa destination grâce à des photos, des vidéos et du contenu éditorial.

CHIFFRES CLÉS

Plus de 24 000 hébergements réservables

Près de 12 000 activités et sorties dont 4 200 environ points d'intérêt touristique (musées, châteaux, sites, etc.)

Plus de 2 700 événements

2 000 sorties (ballades, parcours, etc.)

[1] Via sa holding VSC Groupe

UN VOYAGE EXCLUSIF au cœur de l'ÉVÉNEMENT

Voyages-sncf.com propose des offres touristiques totalement novatrices associant voyages en train et loisirs. Le n°1 de l'e-voyage en France développe un véritable écosystème touristique autour de partenariats exclusifs afin de permettre à ses clients d'être au cœur de l'évènement ou de bénéficier d'opportunités de choix. ●

Dans le temple du music-hall, une soirée à l'Olympia

Pour faciliter l'accès aux spectacles de la salle mythique à des publics venant de toutes les régions de France, Voyages-sncf.com et l'Olympia ont créé un site dédié proposant une offre commune, http://www.olympiahall.com/voyages-sncf. com. Cette offre combine un voyage en train et une place de spectacle à tarif réduit[1]. Chaque mois, les deux partenaires sélectionnent deux spectacles pour lesquels 100 places ont été tout spécialement réservées. Les concerts du 2ème trimestre : Arno, le 22 avril ; Bastien Baker, le 24 avril ; les Frères Taloche, le 4 mai et Murray Head, le 5 juin.

[1] réduction minimum de 20% accordée sur une sélection de spectacles, calculée sur la base du tarif de référence, sous réserve de l'achat sur le site Voyages-sncf.com d'au moins un billet de train à destination de Paris dont la date de départ doit être, au maximum, 7 jours avant la date du spectacle.

Avis aux gourmets ! A table avec Michelin Restaurants

Le partenariat entre Voyages-sncf.com et Michelin répond à un besoin essentiel des voyageurs : trouver à destination, facilement et rapidement, un restaurant adapté à ses envies, son budget et son profil. Lors de la confirmation de la réservation de billets de train, Voyages-sncf.com propose trois restaurants suggérés par Michelin et consultables sur http://restaurant.michelin.fr/. Le client bénéficie également de conseils dans le choix de son restaurant puisque certains sont présentés avec un pictogramme. Par exemple, le pictogramme Bib gourmand met en avant des restaurants proposant une cuisine de qualité à un prix inférieur à 25 euros hors boisson en province et inférieur à 35 euros hors boisson en région parisienne.

QUELQUES ADRESSES DE RESTAURANTS DITS BIB GOURMAND :

A Lille - Tourcoing

LA TABLE DU CHAMPLAIN
Moderne, Créatif / Prix de 29 € à 45 €
BRASSERIE DE LA PAIX
Poissons, Fruits de Mer / Prix de 20€ à 60€
LA BARATTE
Gastronomique, Régional Français / Prix de 19€ à 70€

A Marseille

LA TABLE DU FORT
Moderne, Créatif / Prix de 19€ à 56€
LE RELAIS 50
Poissons, Fruits de mer / Prix de 25€ à 45€
CYPRIEN
Traditionnel / Prix de 23€ à 53€

A Paris

LA FERRANDAISE
Traditionnel / Prix de 34€ à 46€
SUAN THAI
Thaïlandais / Prix de 14€ à 60€
BISTROT DES GASTRONOMES
Traditionnel / Prix de 22€ à 38€

1H30 VOUS SÉPARE DE LA VIE DE CHÂTEAU.
BRUXELLES - MARNE-LA-VALLÉE DISNEYLAND PARIS EN TRAIN À PARTIR DE
29€*

Voyages-sncf.com EUROPEAN RAIL EXPERTS

À RÉSERVER SUR VOYAGES-SNCF.COM

*Prix Prem's, à partir de et par personne, valable pour un aller simple en seconde classe sur la destination Bruxelles-Marne-la-Vallée Disneyland Paris, certains jours dans certains trains et dans la limite des places disponibles à ce tarif. Les billets sont en vente jusqu'à 15 jours avant le départ du train et ne sont ni échangeables ni remboursables. Offre non cumulable avec toute autre promotion en cours ou tarif réduit SNCF. En vente sur www.voyages-sncf.com avec paiement en ligne obligatoire, en boutique Rail Europe (frais de dossier de 2£ par trajet et par passager) et dans les agences de voyages agréées SNCF ou Voyages-sncf Benelux. Voyages-sncf.com, société par actions simplifiée au capital de 10 672 000€, immatriculée au RCS de Nanterre (France) sous le numéro 431 810 621.
©JohnSones Singing Bowl Media / Getty Images.

SNCF

L'HOMO DIGITALUS

Retours sur les nouveaux usages autour du voyage :

commentaires, avis, notations,

RÉSEAUX SOCIAUX OU MULTI-ÉCRANS…
la « webvision »

DU VOYAGE

LES FRANÇAIS préparent leurs VACANCES :

internet, mon bel internet, dis-moi quel voyage je ferai !

Les Français et le voyage, c'est une histoire d'amour qui dure et qui fait des petits. 31,2 millions de Français sont partis en vacances au moins une fois en 2012, soit 1,6 million de plus qu'en 2011[1]. Et pour partir, les Français ont définitivement adopté internet pour organiser leur voyage, d'ailleurs l'e-tourisme représente à lui seul plus d'un tiers du chiffre d'affaires du e-commerce. ●

Le web est devenu un réflexe : 84% des Français partis en vacances en 2012 sont passés par internet[2]. Et beaucoup ont utilisé Voyages-sncf.com, le site se classe en effet numéro un du top cinq des agences de voyage en ligne les plus visitées en France avec 6 975 000 visiteurs uniques moyens par mois[3].

La nouveauté ? De nouveaux comportements autours du web. Les vacanciers utilisent désormais internet à tout moment de leur voyage : en amont pendant la préparation, pendant pour organiser leurs activités sur place et après pour donner leur avis.

Qui choisit la destination ? JE choisis mais avec les autres !

Avant de songer à partir, il faut d'abord en avoir envie. Et pour cela les Français comptent d'abord sur eux-mêmes[4], ils sont en effet 43% à choisir seuls l'endroit où ils vont séjourner ! Mais, ils sont tout autant à prendre cette décision à plusieurs puisque 45% indiquent que le choix de la destination des vacances ou du pont de mai donne lieu à discussion avec les personnes concernées. Et les vacances sont souvent synonymes de partage puisque les Français projettent de partir accompagnés en famille (41%) ou en amoureux (30%). Une fois l'envie de partir, et pour arrêter son choix, les Français se transforment en véritables experts du web…

Comparer, c'est voyager en toute sécurité ? Retour sur un comportement bien installé

Le voyageur français est devenu un expert de la toile, notamment pour préparer son voyage. Le réflexe de comparaison s'est fortement accentué et généralisé. Tout un chacun compare les offres avant de partir. Ce sont ainsi 89%[5] des internautes français qui comparent les offres. Cette comparaison est bien sûr quantitative (liée au prix) mais aussi et surtout qualitative.

Partir c'est bien, donner son avis c'est mieux ! La montée en puissance de la recommandation

Internet est devenu une sorte de pause-café généralisée, impossible de ne pas y trouver l'avis de son collègue de bureau sur son dernier voyage à Palavas-les-Flots. Cette tendance ne cesse de s'amplifier impactant durablement les stratégies des grands acteurs du e-voyage. Ainsi 84% des voyageurs français[6] utilisent les sites d'avis. C'est nettement plus que la moyenne (69%), offrant à la France une 3ème place sur le podium mondial, on connaissait les Français râleurs, ils sont désormais commères !

[1] Phocuswright
[2] Baromètre Opodo 2013,réalisé par le cabinet Raffour Interactif
[3] Médiamétrie - Fevad 2012
[4] Etude Harris Interactive pour Voyages-sncf.com réalisée en ligne du 05 au 07 mars 2013. Echantillon de 1377 individus représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus, à partir de l'access panel Harris Interactive. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).
[5] Médiamétrie 2011
[6] TripBarometer de TripAdvisor (35 000 voyageurs et hôteliers interrogés dans le monde)
[7] TripBarometer de TripAdvisor (35 000 voyageurs et hôteliers interrogés dans le monde)
[8] Skyscanner 2011
[9] TNS Political & Social / Commission européenne 2013

D'ailleurs, pour 51% des voyageurs français interrogés, les sites d'avis de voyageurs sont la source d'information la plus utile. S'ils lisent les avis, les Français le donnent également beaucoup (61%).
Cet engouement pour la recommandation trouve un nouveau vecteur : **les réseaux sociaux**. Ainsi, en 2012, 20% des internautes[7] ont utilisé les réseaux sociaux, et plus de la moitié des Français (52%[8]) sont ainsi influencés par les photos de vacances pour choisir leur destination. Et c'est là une donnée essentielle que Voyages-sncf.com a bien saisie en proposant une politique globale sur les réseaux sociaux :
- Un service de relation client efficace et multi-supports ;
- Un site compatible avec les réseaux sociaux : chaque internaute ayant la possibilité de publier sur Facebook le voyage qu'il vient d'acheter. Cette fonctionnalité contribue à développer l'audience du site, puisqu'un voyage publié amène 2,1 visites en moyenne ;
- Des propositions adaptées aux réseaux sociaux avec la possibilité d'organiser son voyage pour rejoindre ses amis en partant à petits prix avec l'application « Mes amis, Mes voyages ».

Le groupe a d'ailleurs réalisé en 2012 son 1er million d'euros via les réseaux sociaux. Et son développement va se poursuivre sur ces canaux où l'entreprise peut être en adéquation avec les attentes et les usages de ses clients. Voyages-sncf.com compte doubler à tripler le volume d'affaires lié aux réseaux sociaux en 2013.

Le Français, un voyageur pas commode

Le touriste est devenu l'expert de son voyage. Il a développé un fort niveau d'exigence, renforcé par l'expérience de l'efficacité du parcours et du service client mis en place par les leaders mondiaux du e-commerce. Une particularité bien française : si on se plaint, c'est majoritairement par écrit, lettre ou mail, à 35%[9]. Il s'agit du pourcentage le plus élevé de toute l'Union Européenne !

Demain, TOUS ÉQUIPÉS ! JAMAIS SANS MES ÉCRANS !

CHIFFRES CLÉS

22,3 millions
de mobinautes, utilisateurs actifs, en France

82 minutes par jour
en 2012 vs 54 minutes par jour en 2011 : c'est le temps moyen passé sur mobile/tablette[6]

Un écran ? C'est très 20ème siècle ! Au 21ème siècle, à moins de 3 écrans, il est difficile de voyager ! Les Français sont en effet devenus multi-écrans : ils consultent le matin sur leur smartphone (dans les transports), dans la journée sur l'ordinateur (à la pause déjeuner), sur leur tablette arrivé le soir (sur leur canapé). ●

Avec une hausse flagrante du taux d'équipement des foyers français en matière d'objets connectés, le cap des 50% de mobinautes est définitivement franchi[1]. Autre évolution importante : ces derniers deviennent de plus en plus « accros » à leurs objets connectés : quand la plupart des mobinautes se connectaient 3 à 4 fois par semaine en 2011, ils l'ont fait quotidiennement en 2012[1].

Des écrans incontournables

Désormais incontournables, les écrans se retrouvent de plus en plus souvent en plusieurs exemplaires dans les foyers. Les foyers français comptent ainsi en moyenne 6,3 écrans (smartphones, télévisions, ordinateurs, tablettes et consoles de jeux)[1]. Près des ¾ (74%) possèdent à la fois un téléviseur, un ordinateur et un téléphone mobile ; 20% des foyers sont même multi-équipés sur chacun de ces trois écrans[2].

Quand on sait que 58% des personnes connectées utilisent au moins deux écrans pour se rendre sur la Toile par semaine, avec l'ordinateur de bureau et le smartphone en tête[1], l'avenir est clairement aux applications qui s'adapteront aux différents écrans existants, c'est le règne du « sans-couture » !

Une même information partout

Relier tous ces canaux de distribution entre eux pour offrir aux clients un service continu en mobilité est une priorité pour Voyages-sncf.com. Déjà présent sur tous les systèmes d'exploitation (android, ios, blackberry, windows…), le groupe va plus loin. Caler son séjour en un glissement de doigts sur mobile, retrouver ses données personnelles partout où l'on se trouve que ce soit dans son salon, sa salle de bain, le métro ou le bureau… : l'expérience utilisateur proposée par Voyages-sncf.com est adaptée aux usages des clients avec un compte client unifié sur tous les supports, mais aussi l'intégration de fonctions permettant de personnaliser davantage ce compte ou même des fonctions toutes simples et pourtant essentielles comme le Click to Call, un bouton qui permet à des mobinautes d'appeler directement après s'être renseignés depuis leur smartphone.

Voyages-sncf.com a pris pleinement la dimension du multi-écrans en proposant un contenu adapté voire complémentaire aux différents écrans comme la tablette et la TV connectée ou le smartphone en veillant à ce que ces différentes applications soient compatibles entre elles, sur tous les supports connectés pour apporter un véritable service en phase avec les attentes des consommateurs.

[1] Source Observatoire des usages mobiles 2012
[2] Etude « Référence des Equipements Multimédias » GfK/Médiamétrie 2013
[3] Comscore 2011, corrélé par les chiffres de Voyages-sncf.com en 2012
[4] PhoCusWright
[5] Source baromètre Orange/Terrafemina 03/04/13

Convergence des contenus, complémentarité des outils, évolution des usages : une nouvelle manière de penser le voyage

« Où je veux, quand je veux ! ». Point de caprice ici, juste une attente, un besoin légitime des consommateurs en général et des voyageurs connectés en particulier qui veulent pouvoir planifier et gérer leur voyage où qu'ils se trouvent. Si les envies de voyage passent d'abord par la case internet, (les Français ouvrent dix sites en moyenne pour concocter leur propre package voyage selon leurs besoins et leurs envies), internet devient souvent synonyme de mobile. Ils sont ainsi 35%[3] des internautes à avoir préparé leurs vacances depuis leur mobile. 10% des mobinautes ont acheté des biens et des services touristiques depuis leur smartphone. Et là-encore, Voyages-sncf.com, en étant la 2ème application de m-commerce avec 1,5 million de visiteurs uniques[4], a démontré toute son anticipation et sa compréhension des nouveaux usages. D'ailleurs, l'utilisation du numérique ne s'arrête souvent pas à la préparation du voyage : 39%[5] des internautes indiquent utiliser leur smartphone sur leur lieu de vacances pour chercher des informations relatives à leur séjour, dont 10% au quotidien.

LA MOBILITÉ SELON VOYAGES-SNCF.COM : un **succès** « made in France » qui répond aux besoins des clients !

L'internet mobile est devenu grand public, plus d'un tiers de la population française, tous âges confondus, sont des mobinautes « actifs »[1]. Pour répondre aux attentes de ses clients, Voyages-sncf.com est présent sur tous les mobiles, smartphones et tablettes. ●

Mieux encore, l'entreprise propose l'application marchande la plus téléchargée depuis la création de l'Appstore: une véritable success story à la française.

Être mobile c'est simple, pratique, utile et indissociable de nos vies nomades du 21ème siècle. Grâce à ses applications pensées, conçues et optimisées pour être le guide parfait du voyageur connecté, quel que soit son système d'exploitation, Voyages-sncf.com permet à chacun de trouver son bonheur sur la plage, à la ferme ou sur une piste verte.
Avec un billet vendu toutes les 5 secondes sur smartphones et tablettes et près de 7 millions de billets vendus depuis son lancement, la deuxième application de m-commerce en audience avec près d'1,5 million de visiteurs uniques[2] a permis à l'entreprise de multiplier par 10, en 3 ans, son volume d'affaires dédié à ce canal de distribution avec près de 162 millions d'euros générés en 2012.

Le succès de la stratégie mobile de Voyages-sncf.com est incontestable. Le mobile représente pour le groupe un levier de croissance important quand le taux d'équipement des Français ne cesse de progresser. Les ventes de tablettes ont progressé de +127%[3] avec 3,4 millions d'exemplaires vendus en 2012 (vs 1,5 million en 2011). Et les usages suivent, le trafic mobile devrait être équivalent à celui des ordinateurs de bureau en 2013[4].

Depuis plus de trois ans, l'entreprise relève chaque jour le défi d'offrir à ses clients bien plus qu'une application pour trouver des trajets et idées de séjours aux meilleurs tarifs. Elle les guide et facilite leur réservation grâce à des fonctionnalités telles que la personnalisation, un compte-client unique ou bien encore le M-Billet, votre billet de train dans le mobile. Et ce n'est pas tout, car le mobile offre de nombreux services comme la possibilité de réserver un billet pour son animal, de payer en un clic, de partager ses trajets via Facebook et Twitter ou bien encore, grâce à une cartographie spécifique, de faire apparaître ses amis Facebook et permettre de les rejoindre en train en un clic avec « Mes amis, Mes voyages ». Avec l'express booking qui permet de réserver son billet en moins de 10 secondes, ou l'échange de billet à la dernière minute, le mobile reste à la pointe des usages. Ce sont toutes ces innovations qui permettent à l'application de Voyages-sncf.com d'être plébiscitée par les mobinautes, en effet sa note de satisfaction est éloquente avec 4,5 étoiles sur les stores.

CHIFFRES CLÉS

Voyages-sncf.com représente 15% des ventes du m-commerce en France

7 millions de billets vendus depuis son lancement

2ème application de m-commerce en audience avec près d'1,5 millions de visiteurs uniques[2]

Un chiffre d'affaires de 162 millions d'euros en 2012

[1] My Fangroup déc 2012
[2] Médiamétrie, oct-nov 2012
[3] Infographie Marketing Etudiant février 2013
[4] SmartADserver

zoom

Accompagner les mobinautes avant et pendant leur voyage

Pour accompagner les voyageurs en mobilité en amont et pendant leur voyage, Voyages-sncf.com vient de créer son propre espace sur la plateforme iTunes, avec le lancement d'une page dédiée, une première dans l'industrie du tourisme en France.

Accessible sur tous les écrans compatibles avec iTunes, cet espace est conçu comme une antichambre du voyage et regroupe l'offre mobile de Voyages-sncf.com. En effet, les internautes vont pouvoir y découvrir toutes les applications leur permettant d'être accompagnés et de préparer au mieux leur voyage (guides, contenus culturels…) et notamment une toute nouvelle application lancée par l'agence Voyages-Sncf.com, l'application Hôtel Voyages-sncf.
Cinq rubriques permettent d'accéder aux applications et contenus de divertissement :
- Les applications de l'univers Voyages-sncf.com : l'application V. qui permet de réserver son billet de train et la nouvelle application Hôtel Voyages-sncf qui offre l'accès, en utilisant un service de géolocalisation intégré, à une sélection de 140 000 hôtels en France et dans le monde ;
- Les destinations du moment : chaque mois, une sélection d'applications fera un focus sur des destinations en France et en Europe (par exemple Londres avec des applications de type plan de métro ou du contenu sur les Beatles) ;
- Deux rubriques, l'une consacrée aux trajets courts, l'autre aux trajets longs offriront aux internautes de quoi les divertir avec une sélection des meilleurs contenus et applications pour occuper leur temps de trajet : musique, films, séries TV, livres,… ;
- Un choix d'applications et de guides pour faciliter la préparation du voyage.
Chacune de ces rubriques est actualisée régulièrement en coordination avec les équipes d'iTunes.
A retrouver sur http://itunes.fr/vsncf

Le lancement de cette page dédiée démontre l'enrichissement de l'offre mobile du groupe. Ce nouvel espace leur permet de poursuivre leur politique d'accompagnement des clients dans leur voyage et illustre la capacité de l'entreprise à innover sans cesse pour offrir des services adaptés à la mobilité.

EN 2013, TABLETTES OU SMARTPHONES, les 2 visages du **mobile**

Nouveaux doudous des temps modernes, les smartphones et tablettes deviennent de plus en plus de véritables extensions de soi. On ne peut plus s'en passer. Retour sur une tendance devenue lame de fond. ●

Smartphones, tablettes… la mobilité a de multiples facettes.

Chacun a son utilité, l'un et l'autre se complètent. Pour le smartphone, c'est le matin. Glissé dans la poche de son ou sa propriétaire, il en ressort essentiellement le jeudi pour réserver un week-end à la dernière minute quand les utilisateurs PC commandent plutôt leur voyage le lundi. Pour la tablette, les moments rois sont le soir en semaine, et surtout le dimanche, quand, tranquillement sur son canapé, l'homme, qui possède en majorité ce joujou numérique, souhaite prendre le temps d'élaborer son voyage sur-mesure par exemple.
Les paniers moyens sont également très différents en fonction des supports, avec sur le podium des plus gros consommateurs la tablette suivie par le PC et le smartphone.

Les modes de vie nomades prennent de plus en plus le pas sur les façons de consommer plus traditionnelles. Voyages-sncf.com a bien compris tout l'enjeu de ces nouveaux usages, puisque la vente sur tablette constitue un véritable levier de croissance pour l'entreprise. Depuis le lancement des applications dédiées, 1 million de billets de trains ont été vendus sur l'application iPad.

Qui sont vraiment les mobinautes ?

Ce sont d'abord des urbains, 45% des acheteurs mobiles vivent en région parisienne contre 36% des acheteurs web. Les hommes et les femmes n'ont pas non plus les mêmes comportements, si les mobinautes sont plutôt des hommes (60%), les femmes s'équipent de plus en plus et sont davantage présentes sur iOS que sur android (45% vs 35%). Et si les hommes ont un panier moyen moins élevé, ils compensent cela par une fréquence d'achat plus importante, c'est donc la fin d'un mythe, et non les femmes ne sont pas plus dépensières !

Les mobinautes ont d'autres particularités : 30% ne commandent que sur le mobile, et surtout ce sont de plus gros consommateurs de voyages, ils commandent presque 3 fois plus que les clients exclusifs web.

Les usages n'en finissent pas d'évoluer, les réservations de dernière minute restent prépondérantes mais les achats plus anticipés progressent, dopés par les comportements tablette. Ainsi, l'achat de dernière minute (le jour même ou la veille) représente 43% des achats sur smartphones contre 25% pour les tablettes et 19% pour le web.

A LA CARTE !

Personnalisation, écoute, simplicité, mobilité

ET PLUS QUE TOUT

un service qui me ressemble

quand j'en ai besoin

pour aller où je veux !

JE VEUX un peu d'ATTENTION !

CHIFFRES CLÉS

Pages vues
dans l'aide en ligne :
20,4 millions
dont 2,6 sur mobile

3,2 millions
d'actes
d'après-vente
en ligne

1,715 million
de contacts
entrant traités
(mails, appels, tchat)

De l'écoute, de la disponibilité, de l'échange, de la transparence, voilà ce qu'attend tout client dans sa relation avec une marque. Voyages-sncf.com a mis, au cœur de sa relation client, l'interaction et la personnalisation. Être là où le client s'exprime, répondre directement à ses demandes et lui faciliter la vie, tels sont les enjeux de la relation client du n° 1 du e-voyage en France et en Europe. ●

S'adapter aux usages de chacun : un compte client unique et une relation client adaptée à tous les supports

La tendance du multi-écrans oblige les marques à évoluer dans les liens qu'elles tissent avec ses clients afin de les aider dans leurs démarches.
Voyages-sncf.com a fait le choix de rendre accessible le compte client, préalablement enregistré, sur tous les supports, que ce soit l'ordinateur, le mobile et la tablette. Et le site va plus loin en proposant sur le mobile l'échange express afin de consulter et échanger son billet en dernière minute ainsi que d'avoir accès aux canaux de relations clients sur les réseaux sociaux (fil twitter et page Facebook).

L'interaction avec le client au cœur de la stratégie de Voyages-sncf.com

Voyages-sncf.com a été un des premiers acteurs du e-commerce à mettre en place des services innovants et interactifs pour échanger avec ses clients. Si le service de relations client est joignable bien évidemment par téléphone et par mail, le client peut joindre le n°1 du e-voyage via d'autres canaux.
Dès 2005, Voyages-sncf.com a mis en ligne Léa, le 1er agent conversationnel. Grâce à une prouesse technologique qui repose sur la compréhension du langage naturel, les clients peuvent dialoguer avec elle via un chat automatique intelligent. Personnage clé de Voyages-sncf.com avec 800 000 conversations par an, Léa est également présente sur la page Facebook de la marque.
En effet, Voyages-sncf.com est présent là où ses clients conversent afin de répondre au mieux à leurs interrogations. C'est pourquoi, la Relation Client du site a poursuivi sa digitalisation avec la création de l'application Facebook « C'est à Vous ». Ce forum permet aux clients de trouver rapidement les réponses à leurs questions en découvrant les sujets déjà abordés par les autres membres, de partager leurs connaissances ou de poser leur question. Outre un espace d'échanges entre ses membres, ce forum donne un accès direct à la relation client qui centralise les demandes et y répond. L'application est synchronisée avec le Forum qui existe déjà sur le site.
La présence de Voyages-sncf.com sur les réseaux sociaux va au-delà de Facebook. Le fil Twitter de la relation client, @Clt_Voyagessncf, accompagne tous les jours de 8h à 21h, les internautes mobiles à chaque étape de leur voyage. En 2012, plus de 6 000 tweets en moyenne ont été traités.
Par ailleurs, pour les personnes souffrant d'un handicap auditif, Voyages-sncf.com a été le 1er à adopter le Visio T'Chat : des conseillers formés à la langue des signes françaises et dotés d'une webcam répondent à l'ensemble de leurs interrogations du lundi au samedi de 14h à 19h.

Une LoveUTeam pour aller plus loin dans l'écoute des clients

Avec à sa tête Yves Tyrode, le directeur général de Voyages-sncf.com, la LoveUTeam est une équipe *ad-hoc* constituée de dix personnes dont la mission est d'écouter ce que disent les clients sur le web. Au total 100 000 verbatims sont passés au peigne fin chaque mois. L'objectif : améliorer toujours et encore les services du site et satisfaire les internautes. La LoveUTeam a ainsi permis plus de 140 évolutions sur les services en 2012 en France et en Europe. Parmi elles, quelques exemples qui démontrent toute l'importance de la démarche pour faciliter la vie des voyageurs :
- La mise en place de nouveaux moyens de paiement sur les sites européens ;
- L'instauration d'alertes SMS en plus des alertes par email, et une plus grande lisibilité des alertes résa par mail ;
- La création du « détrompeur de localités » : un outil qui permet d'éviter les erreurs de gare dans la réservation d'un trajet ;
- L'ajout d'un lien Voyageur Handicapé dans la page de réservation du train pour faciliter le voyage ;
- La refonte des modes de retraits (l'uniformisation des modes de retraits pour des trajets complexes) ;
- L'affichage du nombre de correspondances lors de la soumission des trajets possibles…

FAITES UN VŒU…

C'est DÉJÀ sur Voyages-sncf.com !

Voyages-sncf.com réinvente sans cesse la préparation des voyages afin d'anticiper les besoins et les usages de ses clients. Le n°1 du voyage en ligne conçoit des services totalement novateurs qui permettent de préparer son voyage sur mesure. ●

CHIFFRES CLÉS

180 compagnies aériennes

+ de 200 000 trains recensés

50 000 à 60 000 personnes consultent le service chaque mois

Mytripset, le planificateur pour organiser ses voyages en Europe

Mytripset est le service de recherche et de comparaison d'itinéraires de Voyages-sncf.com. Le porte-à-porte partout en Europe ? C'est désormais possible grâce à l'organisateur de voyages, Mytripset. Intégré à la page d'accueil de Voyages-sncf.com en 2012 en version béta (onglet : Cliquez, Comparez, Réservez), ce nouveau service permet d'organiser son voyage entre deux points. Il offre la possibilité de comparer en fonction du prix, du temps de déplacement mais aussi de l'impact environnemental, de choisir et de réserver son mode de transports (train, avion, voiture), fournit des indications sur les transports publics et permet de partager sa roadmap par mail et sur les réseaux sociaux.

Accessible bien évidement via ordinateur, Mytripset est aussi destiné aux personnes en situation de mobilité. C'est pourquoi, on peut également l'utiliser via une tablette et d'ici la fin de l'année via son mobile.

Service en constante évolution s'enrichissant sans cesse de nouvelles fonctionnalités, Mytripset a pour objectif d'accompagner le voyageur tout au long de son séjour. A terme, il va permettre de connaître les principaux intérêts de sa ville d'accueil (lieux touristiques, hôtels, restaurants) et de rester informé des incidents possibles pendant un trajet pour obtenir en conséquence des propositions de *scenarii* de voyages alternatifs (temps, prix, nouvelle réservation et billettique, etc.).

Le projet Mytripset a été primé en 2012 dans la catégorie « idées innovantes » par la Commission Européenne dans le cadre du concours European Journey Planner qui visait à imaginer le planificateur européen de voyage multimodal de demain.

zoom

Les dernières nouveautés

M-Billet, paiement en un clic, petits prix, parcours client personnalisé… Les innovations apportées par Voyages-sncf.com sur le parcours client facilitent la vie des mobinautes pressés et leur font gagner du temps.

L'express booking ou comment obtenir son billet en moins de 10 secondes

Conscient que la rapidité comme la simplicité sont des éléments essentiels pour les mobinautes, Voyages-sncf.com va développer l'express booking. C'est la possibilité pour un client dont les données (profil complété et données bancaires sécurisées) sont enregistrées dans son compte d'acheter son billet en moins de 10 secondes, une performance qui devrait séduire les plus pressés.

Un compte-client personnalisé

Grâce au parcours personnalisé mis en place par Voyages-sncf.com, chaque client pourra avoir une navigation fluide et sans couture sur son ordinateur, sa tablette ou son smartphone. Tout y est : les informations passagers, ses préférences et compagnons de voyages et même ses données bancaires sécurisées s'il le souhaite.

Le paiement en un clic

Avec le paiement en un clic, le client va pouvoir gagner un temps précieux sur sa réservation à partir de juin. Les coordonnées de son compte client sont mémorisées et pré-remplies à l'étape du paiement de manière sécurisée.

Le développement du M-billet

Billet généré dans l'application sous forme d'un code-barres 2D à présenter aux contrôleurs à bord des trains, l**e M-Billet est un billet de train, mais en version mobile**. Il sera, dès début mai, étendu à 80% des trajets TGV et Intercités (plus de 600 destinations) et synchronisé dans l'application mobile V. La possibilité du M-billet de faire gagner un temps précieux aux voyageurs a séduit les mobinautes.

Tous les téléphones concernés : et voici une appli windows 8

Voyages-sncf.com est bien LE site de tous les Français, et est présent sur l'ensemble des terminaux disponibles. En rendant son application V. disponible sur Windows 8, Voyages-sncf.com réaffirme encore cette volonté d'être accessible partout.

Source Voyages-sncf.com

Comment conjuguer IDÉE VOYAGE et PETITS PRIX ?

Comment conjuguer un budget de 150 €, un week-end de 3 jours, une envie de bord de mer ? Pas facile de s'y retrouver dans la jungle des offres. Et pourtant tout risque de changer avec la « Carte des bons plans ». ●

La « Carte des bons plans », lancée en version béta, est la dernière nouveauté de Voyages-sncf.com et elle va faire des heureux. Pour la première fois, il est possible de trouver des idées de voyages, de destinations en France et dans les pays européens frontaliers selon son budget, une thématique de voyage et un lieu de départ. Simple d'utilisation, il suffit d'entrer le montant qu'on souhaite accorder à son trajet et la « Carte des bons plans » vous propose des destinations accessibles en train et des week-ends adaptés en accord avec vos envies (escapade culturelle, gourmande, bien être, etc.). Il est également possible de faire des recherches par destination, dates ou encore thématiques. L'ensemble de ces informations est repris sur une carte géographique ou une mosaïque et est complété par un contenu éditorial permettant de mieux connaître la destination choisie. Consultable via un ordinateur ou une tablette, la « Carte des bons plans » prendra, prochainement, en compte les hébergements et intégrera des vidéos à son contenu éditorial.

PARTIR À PETITS PRIX : c'est POSSIBLE ! Mode d'emploi

Parce qu'on veut tous faire attention à nos dépenses, parce qu'on veut pouvoir partir en voyage à des prix raisonnables tout en conservant un service de qualité, Voyages-sncf.com propose différents services qui permettent encore plus de se déplacer à prix tout doux. Mode d'emploi ●

Pour 55% des Français partis en 2012[1], la situation économique aura un impact sur leurs projets de voyages en 2013. 14% d'entre eux pensent ne pas partir en 2013, les autres dépenseront moins ou partiront moins longtemps. Et cette question du budget est aussi particulièrement aiguë en cette période de crise pour les Européens. 34% des Européens[2] ont ainsi déclaré avoir changé leur projet en raison de la situation économique actuelle. Voyages-sncf.com a totalement intégré cette donnée prix dans l'ensemble de ses services afin de simplifier la recherche à l'ensemble de ses clients qu'ils soient français ou européens.

Et ce d'autant qu'un tel contexte radicalise les comportements, révélant des voyageurs exigeants et affûtés. Ils examinent à la loupe leur budget, en connaissent chaque ligne comptable et décident du meilleur moment pour opérer leur achat. D'ailleurs, entre janvier 2012 et janvier 2013, le coût, comme paramètre principal de leurs vacances, a progressé de 4 points pour s'établir à 81%. Il s'agit de l'*item* qui a le plus augmenté en un an.

Voyages-sncf.com a mis en place, depuis plusieurs années, de nombreux services pour répondre à cette demande :

★ **Le calendrier des prix sur ordinateur et tablette**

Le calendrier des prix permet de repérer jusqu'à trois mois avant son départ, les jours où les prix de billet de train sont les plus intéressants. Il permet également de comparer les prix sur une journée.

★ **Les petits prix personnalisés adaptés à son budget sur mobile**

Grâce à l'onglet « Petits prix », l'application V. permet d'accéder aux meilleures offres du moment. Plus on utilise cette application, plus les offres sont adaptées à ses envies. Par ailleurs, il est également possible de filtrer les offres proposées grâce à la réglette des prix. On choisit ainsi une destination en fonction de son budget.

★ **Rejoindre ses amis au meilleur prix avec « Mes amis, Mes voyages »**

L'application « Mes amis, Mes voyages » permet de rejoindre ses amis, sa famille, au meilleur moment et au meilleur prix. Espace entièrement personnalisé et accessible sur la page d'accueil de Voyages-sncf.com ou via mobile, « Mes amis, Mes voyages » permet d'accéder aux petits prix pour rendre visite à ses proches, à une carte pour savoir où se trouvent ses amis, à un calendrier pour ne pas rater les anniversaires, les bons plans et de réserver en cliquant directement sur la photo de ses amis.

★ **Choisir sa destination selon son budget avec la « Carte des bons plans »**

[1] Eurostats / Eurobaromètre « Attitudes of Europeans toward Tourism », janvier 2013

[2] TNS Political & Social / Commission européenne 2013

INNOVATION, CE QUI NOUS ATTEND EN 2013,

SI LA MADAME IRMA VERSION TECHNO EXISTAIT,

elle nous dirait

big data

ou co-innovation, incubateur, start-up

ou NAVIGATION

IN DOOR

Que nous réserve demain ? Zoom sur ces INNOVATIONS qui s'emparent du QUOTIDIEN

Si certaines innovations paraissent parfois relever encore de la science-fiction, d'autres se sont déjà immiscées dans notre quotidien. De la TV connectée à la navigation indoor (comprenez par-là l'orientation à l'intérieur des bâtiments, des parkings ou des zones commerciales), au développement des commandes vocales, le futur proche se dessine avec plus de précisions. Un futur dans lequel Voyages-sncf.com compte participer pleinement ! ●

[1] TDG Research
[2] Etude TV Connectée CCM Benchmark 2013
[3] Voyages-sncf.com

Et si on reprenait le contrôle sur la télé ?

De nouveaux services et une façon inédite de surfer débarquent au cœur de votre salon, après la déferlante des tablettes, place à un nouvel usage : la TV connectée !

Avec près de 160 millions de TV Connectées à travers le monde[1] et près de 40% des internautes Français équipés[2], le marché n'en est encore qu'à ses débuts, et pourtant il s'annonce déjà prometteur. Que peut-on attendre de ce nouveau support ? Les services sont le maître-mot, plus interactifs, mais également réellement innovants avec des applications développées spécifiquement pour le média TV. Confiance et simplicité sont également deux attentes majeures des téléspectateurs envers les programmes proposés.

En s'alliant à des grands acteurs du numérique comme Samsung ou bien encore Orange via le lancement de sa nouvelle Livebox, Voyages-sncf.com a répondu présent sur ce nouveau mode d'accès à Internet pour en tester les usages et décliner ses contenus de manière à répondre le plus efficacement possible aux attentes de ses clients. Ceux-ci ne s'y trompent pas, puisque l'application V. compte déjà plus de 35 000 vidéos et atteint déjà 130 000 pages vues sur la Smart TV Samsung depuis son lancement fin 2012[3].

Le quotidien et les attentes des voyageurs connectés évoluent et se concentrent autour de 3 besoins clés avec la multiplication des écrans et des points d'accès à Internet : avoir une source d'inspiration pour leurs voyages, une relation personnalisée et une accessibilité immédiate aux services. Plus qu'un canal d'achat de billets de train, Voyages-sncf.com se veut être le guide parfait du voyageur connecté en mal d'inspiration, grâce à son application V. entièrement optimisée pour ce média.
Elle permet de :
- Découvrir la France et l'Europe, grâce à une centaine de contenus vidéos (Aix-en-Provence, l'Ile de Ré, les calanques de Marseille, mais aussi Londres ou Megève par exemple)
- Organiser son voyage grâce à la Smart TV avec des adresses, des idées de sorties, des hôtels… Une fois l'organisation faite, un QR code redirige le téléspectateur vers l'application adaptée aux smartphone/tablette ou PC pour réserver le billet de train

- Interagir via Twitter et les *hashtags* #TV_Voyages_Sncf ou #TV_VSNCF
L'application V. donne accès à un contenu enrichi et vient compléter l'application mobile déjà disponible en offrant aux consommateurs de véritables idées de voyages.

La navigation indoor

Avec la navigation *indoor*, les applications mobiles déjà proposées par les sites ouverts au public peuvent être enrichies par la localisation et permettre ainsi aux visiteurs de trouver beaucoup plus facilement les produits, le quai ou le train qui les intéressent.
Encore bien des difficultés techniques devront être surmontées avant que cette véritable navigation intérieure ne devienne une réalité, pourtant pas un jour ne se passe sans une annonce. Une start-up a ainsi présenté à Barcelone au Mobile World Congress des solutions du futur permettant de se localiser avec son smartphone à l'intérieur d'un bâtiment grâce à des capteurs qui détectent non seulement la position géographique mais également la pression atmosphérique.

Parler ou naviguer : même combat

Si les systèmes de commandes vocales existent depuis assez longtemps (en tout cas dans la temporalité des innovations mobiles !), l'essor des objets connectés donne à cette technologie un nouveau relief et ouvre le champ des usages.
Ainsi le développement des voitures connectées en est un bon exemple. Ces derniers mois, de grands constructeurs automobiles ont multiplié les annonces : intégration du logiciel d'assistance vocale Siri d'Apple, annonce d'une fonction qui permet aux conducteurs d'interagir avec leur iPhone tout en restant concentrés sur la route... Les voitures auront des capacités de commande vocale de plus en plus évoluées. On peut ainsi imaginer des conducteurs en mesure de dicter des actions sur internet, ce qui peut leur permettre sur un trajet pour se rendre à la gare d'anticiper les embouteillages et l'impossibilité de prendre un train pour, en chemin, échanger son billet pour le train suivant… Les possibilités des commandes vocales associées aux objets connectés sont infinies, des lunettes aux chaussures parlantes !

Incubateurs et CO-INNOVATION,
les CONCEPTS STARS de 2013

La co-innovation, c'est-à-dire la capacité pour les entreprises de construire avec leurs utilisateurs de nouveaux services est un phénomène en vogue. Pour Voyages-sncf.com, c'est déjà chose faite depuis longtemps. ●

Dès 2010, Voyages-sncf.com a fait évoluer son site en co-construction avec les internautes. A travers la mise en place du Lab, tous les nouveaux services du site sont conçus de cette manière. Mytripset et la « Carte des bons plans » en sont les deux derniers exemples.

Si pour une entreprise faire appel à la créativité et aux remarques de ses clients est essentiel, une autre étape clé pour elle est de s'ouvrir aux petites entreprises innovantes.

La carte des bons plans : un service lancé en bêta sur le Lab.

Les pouvoirs publics l'ont bien compris en multipliant les incubateurs pour faire de la France un véritable « hub » digital. Jusqu'à 1.000 start-up pourraient être accueillies dans la halle Freyssinet à Paris. Hormis ce projet gouvernemental, l'écosystème de start-up s'organise progressivement dans la capitale et sur tout le territoire. Plusieurs incubateurs existent déjà en France, le plus important étant « Le camping » qui existe depuis 4 ans. De nouveaux projets sont en cours portés par les municipalités, comme le dernier incubateur en date baptisé « The Family ».

Les entreprises elles-mêmes peuvent jouer le rôle d'incubateur. En fédérant autour d'elles des entreprises très agiles, celles-ci peuvent les alimenter en innovations et répondre aux nouveaux usages et attentes de leurs clients.

Pour toutes ces raisons, Voyages-sncf.com a fait de ce projet d'incubateur un véritable axe de son développement. Pour cela, Voyages-sncf.com a déjà mis en place en interne une logique d'accompagnement des collaborateurs (comme avec par exemple le développement des méthodes de management agile, ou les petits-déjeuners de l'innovation) pour créer une dynamique autour des nouvelles valeurs du digital et de l'entreprise : le partage, la co-création, l'internationalisation, l'innovation et la digitalisation. Le groupe a également identifié et établi un dialogue avec de nombreuses start-up. Koala, une start-up spécialisée dans le paiement, en est un des meilleurs exemples.

BIG DATA,
la RÉVOLUTION des données

Un seul mot revient chaque semaine dans la presse. Plus exactement 2 mots qui ne sont pas sans rappeler le surnom des papes du Hip Hop : Big Data. Un mot qui renvoie tout simplement à la révolution du 21ème siècle, la révolution des données. ●

Avec l'explosion des nouveaux usages mobiles dans tous les aspects de la vie quotidienne du grand public et des entreprises, la masse de données brutes s'est considérablement accrue[1].
Tout objet connecté peut être une source importante de données, les Big Data, pour les entreprises. A quoi peuvent bien servir ces Big Data ? Si les entreprises recueillent déjà un volume énorme de données, il faut qu'elles sachent les traiter pour en tirer le meilleur parti pour le client et permettre une amélioration des services proposés. VSC Technologies s'est lancé dans la partie pour que les données récoltées puissent, en bout de chaîne, aboutir, notamment, à une meilleure satisfaction client, tout en respectant ses données personnelles.

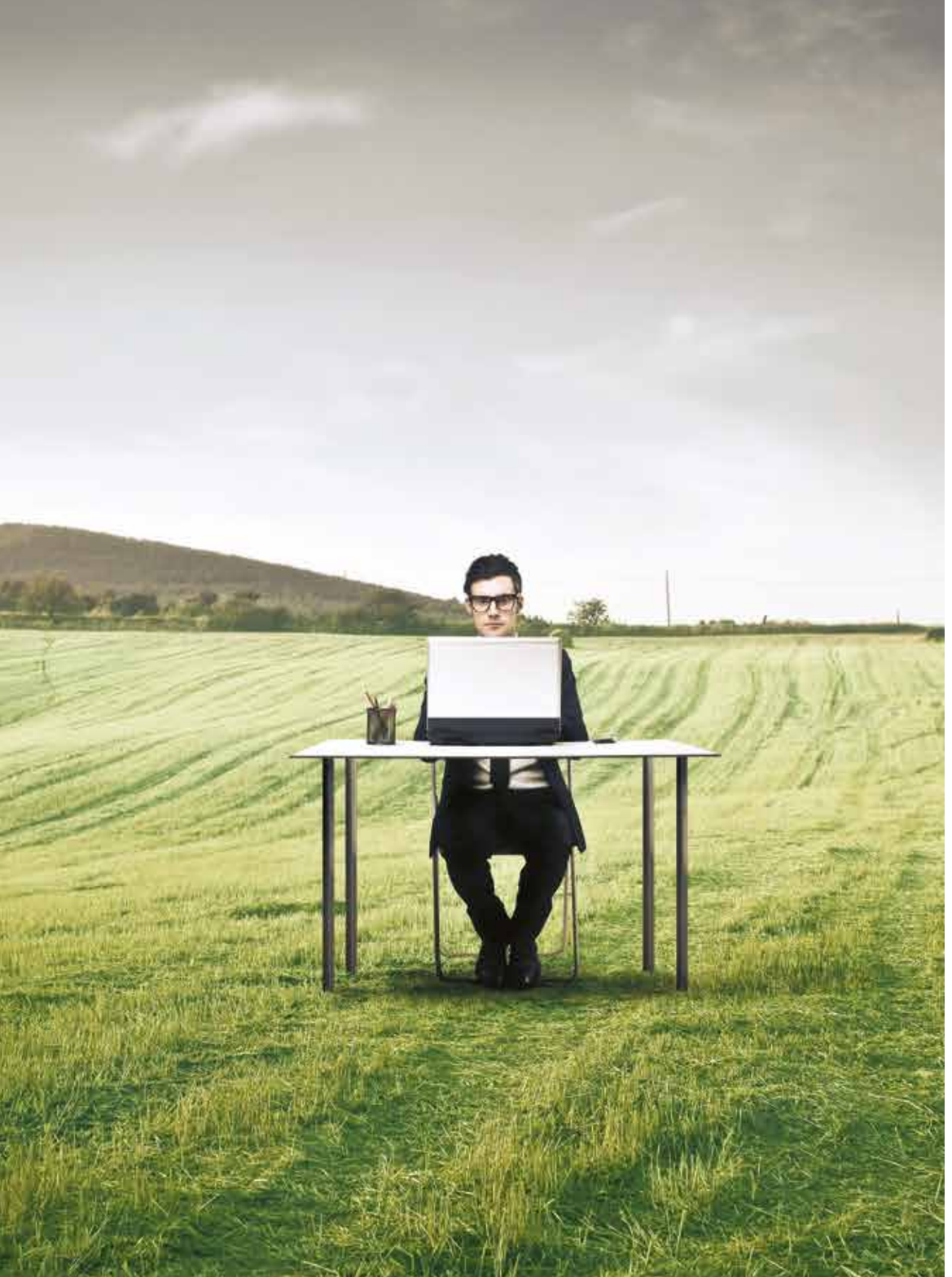
Performance et personnalisation : deux indispensables pour un résultat optimal
Les Big Data s'intéressent en majorité à des données liées aux différents comportements des consommateurs. Voyages-sncf.com s'est donc intéressé à ces milliards de données qui impactent directement la façon dont l'entreprise pense et conçoit ses contenus pour des clients en attente d'une qualité de service irréprochable. Le client retrouve ses repères et Voyages-sncf.com est là pour lui faciliter la vie : grâce aux Big Data, la relation client se fait plus fine, plus performante, sans pour autant se montrer intrusive. L'analyse du parcours d'achat des voyageurs permettra également, par exemple, d'identifier les difficultés rencontrées lors de leur navigation et d'améliorer les processus de réservation, ainsi que la présentation des informations, sur tous les supports connectés.

CHIFFRES CLÉS

Une capacité de stockage de 80 TO
sur les serveurs du site de Voyages-sncf.com

Un TO de données
traité chaque jour par Voyages-sncf.com

[1] Depuis les premières mesures de datas jusqu'en 2003, 5 exaoctets de données ont été générées. En 2011, cette même quantité était générée en 2 jours. Cela ne prendra plus que 10 minutes en 2013. Source Frenchweb.



LA TECHNO PARADE

PARCE QUE L'AGILITÉ,
C'EST UN MODE D'ORGANISATION,

FOCUS
sur la plateforme techno
du 1er site français
DE E-COMMERCE

ENQUÊTE sur la plateforme techno du 1er site français de e-commerce : VSC TECHNOLOGIES

Voyages-sncf.com est un géant européen du voyage, avec des millions d'utilisateurs et une exigence de qualité de service soutenue, VSC Technologies est le socle technique de l'entreprise et le garant de son agilité digitale dans un monde technologique plus complexe car multi-écrans. ●

CHIFFRES CLÉS

Taux d'erreur de 0,17% en 2012 (0,26% en 2011)

100%, c'est le taux de disponibilité du site en 2012

Temps de réservation moyen de 19,3 secondes (soit 5 secondes de moins qu'en 2012)

906 serveurs répartis dans 2 data centers

215 collaborateurs

VSC Technologies a poursuivi en 2012 sa mutation pour toujours concilier performance, innovation et qualité de service :
- en facilitant sa collaboration avec les différentes directions *business* (notamment via un mode de collaboration 3P alliant les savoir-faire client, commercial et technique) ;
- en proposant son expertise de distribution digitale à SNCF ;
- en progressant dans ses pratiques technologiques (Agilité & DevOps).

L'innovation est au cœur de VSC Technologies, sur tous les aspects technologiques mais aussi sur les méthodes ou pratiques qui correspondent aux enjeux client ou sur des aspects métiers très spécifiques comme l'est la distribution ferroviaire.

Les 3 priorités de 2013

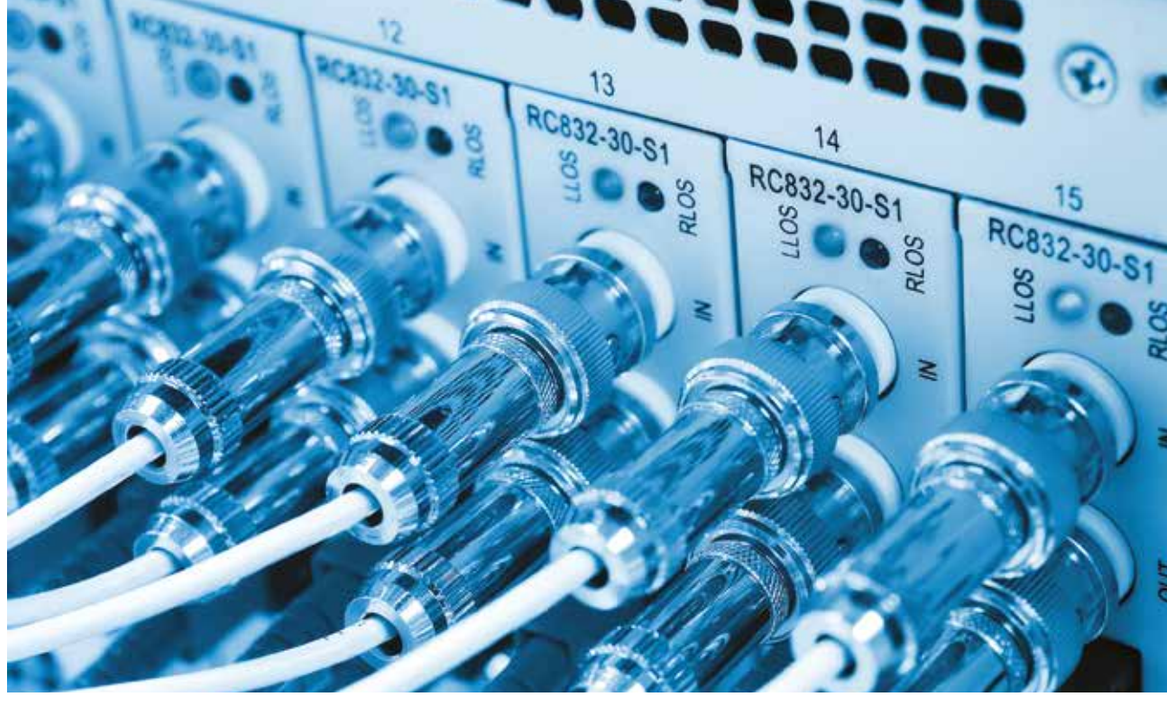
Maintenir la qualité de service à son niveau d'excellence.
Cette plateforme technologique qui s'appuie sur 2 data centers à Lille et Saint-Denis, élève toujours plus haut la qualité de service. Après avoir adopté un Plan de reprise d'activité (dispositif d'exploitation informatique qui maintient une qualité de service constante), l'entreprise poursuit ses bons résultats avec un taux d'erreur en baisse à 0,17%. Ces bonnes performances de qualité de service s'expliquent également par un recours plus important à la technologie des big data offrant une meilleure exploitation des données.

Etre à la pointe des pratiques du web en développant des méthodes agiles, l'industrialisation, le DevOps (cf. zoom p. 51).

Développer le multi-inventaires.
Cela répond à une question en apparence simple : comment mieux connecter les offres trains France avec les offres internationales ? C'est un immense défi technique pour exporter d'adresse à adresse (je pars du 13 avenue de la Motte-Picquet à Paris pour aller au 20 Oxford Street à Londres), c'est-à-dire proposer des itinéraires complexes tout en restant pertinent comme le propose Mytripset avec plusieurs modes de transports.

Des priorités en ligne avec l'évolution du groupe

Le 1er projet est d'envergure, Voyages-sncf.com étant devenu une entreprise internationale, le logiciel Euronet (qui permet de gérer la distribution de trains SNCF et européens à l'international), doit être harmonisé à travers les 13 sites que comporte désormais le groupe. C'est un défi technique important et essentiel pour en assurer la croissance. Euronet comporte aujourd'hui plus de 50 serveurs, des web services et un back office, qu'il a fallu intégralement reconstruire



en France. Les prochains enjeux sont importants avec la mise à jour annuelle de l'offre.
Le 2ème est d'accompagner et de rendre possible la personnalisation de l'offre. Avec le développement du multi-écrans et de pratiques complémentaires, VSC Technologies doit pouvoir mettre en place un service qui se décline sur l'ensemble des supports (écrans, mobiles, tablettes, tv) mais également adapté à chacun des clients.
Le 3ème est l'accompagnement des multiples innovations de Voyages-sncf.com. Ainsi en 2012, VSC Technologies a développé « un couloir des réservations », c'est-à-dire la possibilité de proposer pour une date précise le meilleur prix tout en étendant la requête aux meilleurs prix des jours précédant ou suivant le départ. Dans la même logique, VSC Technologies a apporté toute son expertise au développement de la « Carte des bons plans ».

zoom

Le DevOps et la méthode agile

Le DevOps (Developpement Operation, donc un chantier combiné) et la transformation agile sont une manière de développer et de travailler le métier, de le suivre, avec beaucoup d'itérations (c'est-à-dire une répétition importante du processus). L'enjeu est donc de minimiser le délai entre le développement et la mise en œuvre du projet. La maîtrise de cette méthode de développement est essentielle pour un groupe qui ne cesse d'innover et de s'adapter aux nouveaux usages. En effet, elle permet à Voyages-sncf.com de travailler en quelques mois sur des projets d'envergure, à travers une première brique. Ce projet est ensuite amendé en fonction des usages et co-développé avec le client pour enfin s'industrialiser et devenir accessible à tous. C'est donc une sorte « d'industrialisation » des tests mêlant différentes expertises techniques et marketing. Le meilleur exemple en 2012 est probablement Mytripset.

TEST
La Techno pour les nuls

Ne choisissez qu'une seule réponse par question, ne demandez pas d'aide extérieure et ne regardez pas les réponses.

A/ **Le cross canal n'est pas une nouvelle manière de traverser le Canal St-Martin. Mais alors, c'est quoi ?**

■ Un nouveau sport pour adeptes du deux-roues aquatique
▲ Un terme marketing désignant le fait de relier différents canaux de distribution entre eux pour offrir aux clients une liberté absolue de cheminement
★ Un site de streaming pour accéder gratuitement aux chaines en replay

Réponse : Voyages-sncf.com utilise cette méthode pour lancer ses nouveaux services comme Mytripset, ou la « Carte des bons plans »

B/ **On parle parfois de Smart TV quand on parle de TV Connectée, mais savez-vous ce que c'est ?**

■ Une Smart TV est connectée aux ordinateurs de bureau, pour ne pas perdre une occasion de travailler
▲ Une Smart TV permet à son propriétaire d'augmenter ses performances intellectuelles grâce aux programmes diffusés
★ Une Smart TV est une télévision raccordée à Internet afin de fournir des contenus enrichis aux téléspectateurs

Réponse : Avec son application V. conçue comme une véritable chaîne de télévision interactive, Voyages-sncf.com propose aux voyageurs connectés un contenu enrichi et source d'inspiration pour leurs prochains voyages

C/ **Mon beau-frère nous dit qu'il est le roi de la méthode agile. A quoi cela correspond ?**

■ À un nouveau style de danse urbaine, dont le groupe de référence « Big Data » va bientôt se produire sur la scène de l'Olympia
▲ A un nouveau régime venu des Etats-Unis
★ A un terme désignant une méthode de gestion de projets Web qui fonctionne sur la base de l'itératif et de l'incrémental : les tâches vont s'effectuer petit à petit, par ordre de priorité, avec des phases de contrôle et d'échange avec le client

Réponse : Voyages-sncf.com utilise cette méthode pour lancer ses nouveaux services comme Mytripset, ou la « Carte des bons plans »

CAHIER MANAGEMENT

CONJUGER DÉVELOPPEMENT PERSONNEL
ET ÉPANOUISSEMENT PROFESSIONNEL,

découvrir

de nouveaux métiers, *retour*
sur la face humaine
DE L'ENTREPRISE

Une ENTREPRISE en mode PARTICIPATIF

CHIFFRES CLÉS

650 collaborateurs
en 2013

33 ans
d'âge moyen

Une entreprise paritaire
avec 49,4% de femmes
et 50,6% d'hommes

Rien ne vaut les échanges entre les salariés les plus anciens et les plus récents, les spécialistes, adeptes des méthodes agiles et ceux en prises avec les usages des clients, ou encore décloisonner les équipes en faisant fi de l'organisation hiérarchique. Voyages-sncf.com offre à ses collaborateurs l'opportunité d'échanges transversaux, enrichissants, impliquants et foisonnants, pour créer les services touristiques de demain. ●

Les équipes de Voyages-sncf.com aiment à participer et donner leur avis. Ils ont été 89% à répondre au baromètre de satisfaction interne. Un record pour l'entreprise ! Avec pour résultat, un même taux de 89% à déclarer avoir plaisir à travailler chez Voyages-sncf.com.

Plusieurs outils ont été mis en place afin de créer cette émulation collective : les petits-déjeuners de l'innovation, le blog de veille de l'innovation, le travail en 3P, les petits-déjeuners bien-être «I feel good» et la LoveUTeam. Chacun a ses spécificités, des objectifs et un mode de fonctionnement distincts. Arrêtons-nous un instant sur chacun d'eux.

L'innovation partagée
Chaque mois, les petits-déjeuners de l'innovation réunissent des équipes de différentes business unit et permettent de les informer sur les projets en cours ou sur des sujets transverses : big data, cloud, l'innovation par le design, Mytripset, etc. Quant au blog de veille de l'innovation, animé par l'équipe innovation de Voyages-sncf.com, il s'agit d'un espace sur lequel tous les salariés peuvent contribuer en soumettant des articles ou en les commentant et qui reprend les informations des petits-déjeuners de l'innovation.

Faire progresser le bien-vivre au travail
Les petits-déjeuners «I feel good» permettent aux équipes de Voyages-sncf.com d'échanger sur les best practices en la matière et d'engager la réflexion sur les actions possibles au sein du groupe. Débutée en octobre 2012, la première édition a ainsi accueilli des représentants de Microsoft qui ont partagé la démarche bien-être engagée au sein de leur entreprise. Pour cette année 2013, cinq groupes de travail ont été mis en place au sein de Voyages-sncf.com sur différentes thématiques telles que l'organisation de modules «Vis ma vie» ou la mise en place d'une «charte» bien vivre en entreprise.

Abolir les frontières entre les métiers
Travailler ensemble
Le travail en 3P consiste à réunir les collaborateurs de différentes directions lors de la mise en œuvre d'un nouveau projet. Dans cette volonté de créer cette stimulation propice à l'innovation, la question n'est pas de réunir les représentants hiérarchiques de chacune de ces différentes directions mais bien de réunir les salariés les plus à même de faire émerger de nouveaux développements.

Ecouter les clients et trouver des solutions en commun
La LoveUTeam est une équipe soudée depuis 2010 ! Avec à sa tête Yves Tyrode, directeur général de Voyages-sncf.com, ce sont dix experts issus des services marketing, technologiques et relation client, qui analysent chaque mois 100 000 verbatims de clients issus de tous les canaux de distribution et de communication de Voyages-sncf.com. Leur analyse permet de mesurer la satisfaction client, au-delà des seuls indicateurs techniques, avec pour objectif de faire évoluer les services vers les attentes des internautes.

Des hommes, des femmes, DES CARRIÈRES : plongée au cœur d'un groupe d'E-COMMERCE

CHIFFRE CLÉ

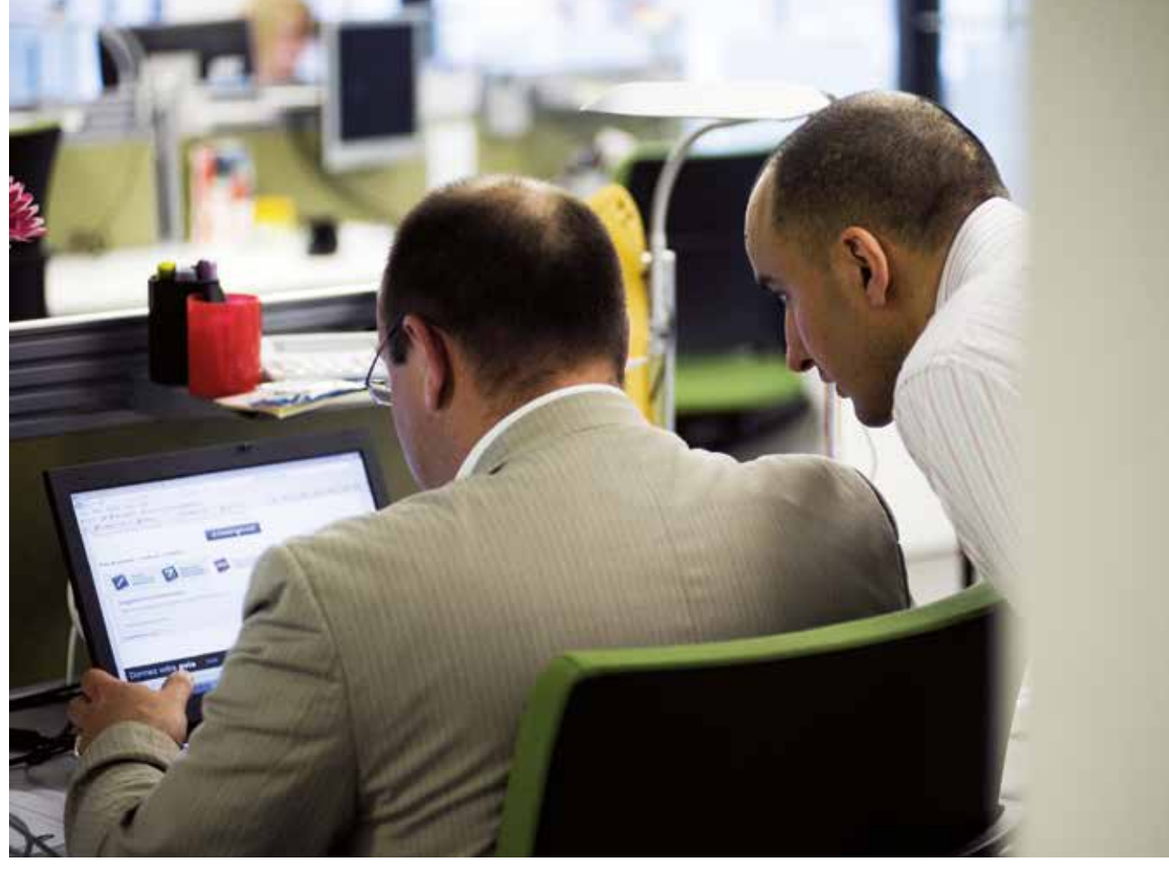
63% des collaborateurs ont suivi une formation en 2012

On pourrait avoir tendance à l'oublier, mais derrière un site internet, il y a des hommes et des femmes. Chez Voyages-sncf.com, chaque jour, plus de 650 personnes en France et à l'international, sont au service des clients. Technologie, innovation, marketing, web design, relation client, etc., constituent l'environnement des métiers de l'entreprise. Voyages-sncf.com s'attache à y développer les parcours professionnels. Ainsi cette année, ont été lancés des entretiens individuels de mobilité qui ont vocation à répondre aux besoins d'organisation de l'entreprise et aux souhaits d'évolution des collaborateurs. ●

Des parcours professionnels qui s'inscrivent dans l'internationalisation du groupe Voyages-sncf.com

Thomas D. a intégré Voyages-sncf.com, comme conseiller web, en 2004, soit trois ans après la création du groupe. Il découvre alors la culture internet par le prisme de la relation client et connaît une évolution rapide au sein du service puisqu'en 2005, il devient superviseur.
2007 marque un premier tournant dans sa carrière : en répondant à une offre interne, il intègre le service marketing en plein développement. Pendant trois ans, il occupe différentes fonctions lui permettant de voir toutes les interactions de ce service avec les autres métiers du groupe.
2010, sa mission évolue au rythme de ses ambitions et de celles de Voyages-sncf.com et prend une direction internationale. Il est aujourd'hui Responsable Production Europe au sein de la direction de la relation client. Il gère la gestion des contacts clients européens soit entre 80 000 à 90 000 contacts sur le marché BtoC d'Europe occidentale.

Khang N. a également rejoint l'entité technologique de Voyages-sncf.com en 2004. L'entreprise compte alors 100 personnes. À ses débuts, il est analyste fonctionnel et travaille en lien avec les équipes marketing et développement. Il a ensuite occupé successivement quatre postes dont les périmètres ont cru au rythme du développement de Voyages-sncf.com. En 2007, il devient responsable de l'équipe fonctionnel. Il manage quatre personnes. En 2009, l'activité de l'entité technologique est en pleine expansion. Khang N. prend alors la tête du département Urbanisation et Architecture composé d'une quinzaine de personnes. En 2012, il devient Responsable Programmes et Intégration Clients, une fonction à dimension européenne en phase avec les ambitions du groupe. Il manage vingt personnes. Mais très vite, il est appelé à de nouvelles responsabilités puisqu'en 2013, il prend la tête de la direction des actifs logiciels composée de 70 personnes.



Attention, métiers pointus !

Aurore B. est arrivée au sein du département technologique de Voyages-sncf.com en 2007 en tant qu'ingénieur d'études et de développement. Les méthodes de travail dans l'entité technologique évoluent très rapidement afin de satisfaire sans cesse le client. Au bout d'un an, Aurore B. devient alors chef d'équipe ScrumMaster. Le Scrum est une méthode agile de développement informatique permettant de concevoir des logiciels en impliquant au maximum le client. Le ScrumMaster a pour rôle d'appliquer les méthodes agiles et de lever les obstacles qui surviennent au cours du développement des projets.
En 2011, Aurore B. voit ses fonctions se renforcer. Elle devient responsable développement des ScrumMasters et encadre vingt personnes.

Flore D. est un autre exemple de l'intégration de nouveaux métiers au sein de Voyages-sncf.com et plus largement du développement du e-commerce. Après une expérience riche dans l'univers balbutiant du e-commerce, elle intègre Voyages-sncf.com en 2007 comme chef de projet « affiliation et référencement ». Trois ans plus tard, elle devient responsable marketing acquisition. Elle intègre alors à son service tous les métiers permettant d'attirer de nouveaux clients sur le site. Avec une équipe de huit personnes, elle a constitué une véritable agence de marketing relationnel au sein de Voyages-sncf.com.

VERLEGEN SIE DAS
FRÜHSTÜCK EINFACH
MAL NACH PARIS.
KÖLN - PARIS
MIT DEM ZUG SCHON AB
35€*

Voyages-sncf.com
DER EUROPÄISCHE BAHNEXPERTE

JETZT BUCHEN AUF VOYAGES-SNCF.COM

*Ab-Preis, pro Person, für eine einfache Fahrt in der Reiseklasse Comfort 2 (2. Klasse) mit Thalys, mit Abfahrt in Köln und Ankunft Paris (und umgekehrt), an bestimmten Tagen und in bestimmten Zügen, je nach Verfügbarkeit freier Plätze zu diesem Tarif. Die Fahrkarten sind ab 30 Tage vor Zugabfahrt erhältlich. Umtausch und Rückerstattung sind ausgeschlossen. Erhältlich auf www.voyages-sncf.com mit obligatorischer Online-Zahlung, im Thalys Store & More (2€ Aufschlag je Buchungsreferenz) und in den zugelassenen SNCF - oder Voyages-sncf.com, Reisebüros. Voyages-sncf.com, Aktiengesellschaft mit 10 672 000€ Grundkapital, eingetragen in Nanterre (Frankreich), Handelsregisternummer: 431 810 621. ©Pierre Lapin/Cephas/Photononstop

SNCF

BIEN-ÊTRE : Voyages-sncf.com adopte LE TÉLÉTRAVAIL

Voyages-sncf.com se lance dans l'expérience du télé-travail[1], une pratique encore relativement confidentielle en France. Selon une étude de Greeworking datant de 2012, le télétravail concerne 12% de salariés dans notre pays, contre 20% dans les pays anglo-saxons et 35% en Scandinavie. ●

Pourtant cette pratique permet de trouver un réel équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, un vrai enjeu pour chacun d'entre nous. Elle offre plus de liberté, plus d'efficacité, elle permet de passer moins de temps dans les transports et engendre donc moins de fatigue. Ce sont ces raisons qui ont conduit Voyages-sncf.com à mettre en place le télétravail.

« C'est impressionnant comme on peut bien se concentrer », « C'est agréable de travailler au calme », « Ne pas devoir effectuer les 2 heures de trajet (1h le matin, 1h le soir) quotidien est super appréciable » telles sont les remarques recueillies par Voyages-sncf.com après un test de six mois, réalisé de juillet à décembre 2012, auprès d'une trentaine de salariés. Tous ont mis en avant la fluidité dans la communication, l'efficacité et le bien être de pouvoir travailler chez soi.

Depuis février 2013, chaque jeudi, les collaborateurs volontaires peuvent bénéficier d'une organisation de travail plus souple en pouvant travailler à domicile. Voyages-sncf.com accompagne les salariés dans cette démarche en mesurant la satisfaction des collaborateurs, de leur manager et de leurs collègues via un questionnaire et des groupes de travail.

Pour Voyages-sncf.com, la mise en place du télétravail s'inscrit dans sa volonté d'améliorer les conditions de travail, le bien-être au quotidien et donc l'efficacité de ses salariés.

[1] Le télétravail a fait son entrée officielle dans le code du travail en mars 2012.

Promotion du TOURISME RESPONSABLE : les SALARIÉS aussi se MOBILISENT !

2012
QUI ÉTAIENT LES 28 GREEN AMBASSADEURS ?
- 23 sont des femmes et 5 des hommes
- 18 ont comme cœur de métier le marketing/relation client, 5 les fonctions supports et 5 autres l'informatique, les nouvelles technologies

2012
LES TROPHÉES DU TOURISME RESPONSABLE
255 candidatures (+ 10% de candidatures professionnelles)
Trois parrains de renom : l'artiste Nolwenn Leroy, le chef étoilé Alain Passard et l'aventurier Nicolas Vanier
9 projets professionnels et 2 projets humanitaires récompensés.
Des Trophées en 5 étapes :
- L'appel à candidature de mai à juin
- La sélection en juillet
- La vérification du comité d'expert et le vote du grand public d'août à septembre
- Le vote du jury fin septembre
- La remise des prix en octobre

Depuis 2007, Voyages-sncf.com promeut le tourisme responsable à travers les Trophées du Tourisme Responsable. Seul évènement en France à soutenir les professionnels qui pratiquent un tourisme respectueux des hommes et de l'environnement, il vise à faire connaître leurs offres touristiques auprès du grand public.
Au cœur du succès de cet évènement : les salariés de Voyages-sncf.com, qui y ont toujours été associés ! ●

Les salariés du groupe Voyages-sncf.com se mobilisent pour être membres du comité de vérification des Trophées et devenir ainsi des « Greens Ambassadeurs ».
Le rôle du comité est de rendre visite à l'ensemble des nominés pour vérifier les informations communiquées dans leur dossier de candidature.
La voix des salariés compte également dans le choix final puisque lors du jury un représentant des Greens Ambassadeurs relaie les retours de chaque expert et apporte la voix des salariés qui compte double dans le résultat final.
Par ailleurs, l'ensemble des salariés est sensibilisé aux Trophées et est incité à y participer en apportant leurs voix durant toute la période d'appel aux votes du grand public.

LES LAURÉATS 2013

ANIMATIONS ET ACTIVITES SOLIDAIRES
Echologia

BOL D'AIR
La Ferme Bio de They

BONS PLANS
Les Enfants Gât'thés & Le Clos du Tay

LUXE & ZEN
Eden Lodge

RESTAURATION RESPONSABLE
Oh Terroir / Pizza Terra / Pasta Terra

URBAIN
Hi Matic

CATÉGORIES « EXPERTISE » :

ACCESSIBILITE
La Ferme Fruirouge

ECOMOBILITE
Vélib'

TERRITOIRES
Comité Régional du Tourisme de Bretagne

TROPHÉES DU VOYAGE HUMANITAIRE ROUTARD.COM
Les agribassadeurs de l'espoir (Bénin)
Construction d'un éco-gîte et d'un observatoire à oiseaux (Madagascar)

Plus d'informations avec :
www.voyage-responsable.voyages-sncf.com/trophees

Le VOYAGE RESPONSABLE idéal des Français : PARTAGE et SIMPLICITÉ AU PROGRAMME !

Depuis 2007, Voyages-sncf.com, en partenariat avec Routard.com, interroge les Français sur leurs connaissances, leurs comportements en matière de tourisme responsable[1]. Cette année, Voyages-sncf.com a voulu en savoir un peu plus sur leurs attentes. ●

Les Français ont une idée précise de leur voyage responsable idéal : un bonheur simple. En effet, pour 71% des personnes, le séjour responsable aurait lieu à la campagne, 16% en haute montagne.
Par ailleurs, les hébergements plébiscités sont les résidences éco-gérées (35%) et les chambres d'hôtes (34%) devant les gîtes ruraux (18%), les bungalows éco-conçus (17%), ou encore les hébergements insolites. Une nuance : les Franciliens optent plutôt pour les résidences éco-gérées et l'hôtel haut de gamme alors que les habitants du Sud-Est préfèrent les hébergements insolites.
Pendant le séjour, partir à la rencontre des populations locales, découvrir leur vie quotidienne et partager leurs coutumes (41%) ou goûter et cuisiner des produits locaux (29%) sont privilégiés par rapport aux activités liées à la nature et l'environnement qui arrivent en second choix.

Néanmoins, le tourisme responsable souffre encore de quelques préjugés : 64% des personnes interrogées estiment qu'il est encore difficile de trouver des informations afin de préparer un voyage de ce type, et 71% des Français considèrent l'offre actuelle chère.

Pourtant, 84% des personnes interrogées ont déjà entendu parler d'au moins un des termes associés au tourisme responsable que cela soit l'éco-tourisme, le tourisme équitable, solidaire, durable, éthique. Et ils sont 19% à l'avoir pratiqué.

[1] Enquête réalisée en ligne du 6 au 10 septembre 2012. Echantillon de 1959 individus représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus, à partir de l'access panel Harris Interactive. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).

LE JOUR OÙ j'ai perdu MON PORTABLE...

Laurent V.

Mon portable était comme un fidèle compagnon. Je l'avais toujours avec moi, il me servait pour mes déplacements en train, avec l'application Voyages-sncf.com ; trouver un bon resto et bien sûr pour inonder de SMS ma moitié. Aussi, lorsque je l'ai oublié un jour sur le siège du TGV, ça a été une catastrophe, comme si je me retrouvais nu. Il ne m'a pas fallu plus d'une heure pour faire les démarches auprès de mon opérateur pour bloquer ma ligne et me racheter un nouveau téléphone. C'est ça d'être accro...

Lola B.

Ça faisait deux jours que j'étais propriétaire de mon nouveau smartphone, lorsque soudain, alors que j'étais au bureau et courais à droite à gauche, je me suis arrêtée dans mon élan et me suis demandée : « mais au fait, où est mon téléphone ? ». Je me suis donc mise à réfléchir et je me revoyais avec au 4ème étage. Puis au rez-de-chaussée. Puis plus de souvenir. Mon cœur a cessé de battre. J'ai appelé les différents bureaux dans lesquels j'étais passée. Rien. J'ai vu toute ma vie défiler sous mes yeux. Je suis revenue à mon bureau mais là, toujours rien. Et puis soudain, j'ai eu une illumination et j'ai ouvert mon tiroir. Et là, cachée dans sa chaussette : mon téléphone. J'en aurai pleuré. Morale de l'histoire, comme diraient mes parents : «il faut que tu apprennes à être or-ga-ni-sée» !

Tristan C.

J'étais à une soirée dans un bar depuis quelques heures, et comme j'étais tellement dans l'ambiance, j'en ai oublié mes affaires qui traînaient dans un coin. Lorsque j'ai voulu prendre mon smartphone pour voir à quelle heure était le dernier métro, je me suis rendu compte qu'il avait disparu de la poche de mon manteau. J'ai donc demandé à un ami de m'appeler pour que je le retrouve grâce à la sonnerie prémonitoire de L'Exorciste. Mais c'est alors que quelqu'un décroche et que j'entends : « C'est bête, hein ! J'aimerais pas être à ta place », et raccroche.

Patrick L.

Lors de mes dernières vacances au ski, j'ai voulu faire des photos avec mon smartphone. Ce n'est que vers la fin de l'après-midi que je me suis aperçu que je l'avais perdu. Comme la nuit arrivait vite, je me suis dépêché de refaire le chemin que j'avais parcouru en suivant mes traces de Big Foot dans la neige mais n'ai rien retrouvé. J'avais entrepris les démarches pour obtenir un nouveau smartphone avec un nouvel abonnement auprès de mon opérateur, et voici que trois jours plus tard je regarde mes e-mails et vois que j'ai reçu un message. Une personne me demande si j'ai perdu un téléphone, et si oui, me prie de la contacter car elle l'avait retrouvé. Ce portable a passé deux jours dans la neige, mais il fonctionne aujourd'hui encore à merveille !

N'HÉSITEZ PAS À NOUS FAIRE PART DE VOS REMARQUES, DE VOS ENVIES, DE VOS SATISFACTIONS !

Rien de plus simple, écrivez-nous à Voyages-sncf.com, 2 place de la Défense – CNIT 1 – BP 440 – 92053 Paris La Défense, par internet à courrier@voyages-sncf.com, via Twitter @Clt_VoyagesSncf, ou sur notre page fan Facebook.

Marie Dupont de Nantes

Comparateur multisocial, Mytripset est l'outil de planification du futur par Voyages-sncf.com. J'ai testé sa version bêta : impressionnant !

Paul Dubois d'Oulchy le Château

Intelligent, pratique, toutes les infos persos sont intégrées et on manie facilement les différents tarifs, le lien à l'agenda est super, la proposition des tarifs pertinente, bref, une super appli !

@picatchoux : @Clt_VoyagesSncf merci pour votre réactivité #soulagé ! Je m'occupe du dossier ce soir, encore merci ! *1/03/13 6.37pm*

Davy de Châteauneuf-le-Rouge

C'est une franche réussite, hyper facile d'utilisation pour réserver. L'application tient compte de toutes les données personnelles et garde en mémoire les réservations.

Gérard P. de Paris

Je tiens à vous féliciter pour la grande qualité de votre site, qui permet de réserver facilement et rapidement ! C'est la deuxième année que je l'utilise et c'est toujours aussi efficace.

John de Commercy

Allô ? Vous me recevez ? T'as un iPhone et t'as pas l'appli Voyages-Sncf ? Non mais allô quoi ! C'est comme si t'avais Barbie mais pas Ken !

Sandra. de Perceneige

Il y a quelques jours, je me suis retrouvé dans un TGV Paris-Marseille, assise à côté de mon chanteur préféré et j'ai pu parler avec lui durant le trajet ! Il allait donner un concert dans le sud de la France. Le temps est malheureusement passé trop vite mais ce fut le plus agréable trajet que j'ai fait depuis que je prends mes billets sur Voyages-sncf.com !

@ThierryMercier : Pas mal, esthétiquement, le nouveau site de voyages-sncf.com… ! (cc @Clt_VoyagesSncf) *8/03/13 9.33 am*

ESPACE PRESSE

Dossier et visuels disponibles sur *http://corporate.voyages-sncf.com*

Jamais plus un moment sans Voyages-sncf.com

Je m'abonne

1 an
Pour 0 euro
Seulement
Soit 167 numéros GRATUITS

JE PROFITE DE L'OFFRE EXCLUSIVE DE LANCEMENT

Bulletin d'abonnement à retourner à Voyage-Sncf.com, Aurélia Le Baudour, 2 place de la Défense - 92053 Paris La Défense Cedex

Nom : ..... Prénom : .....
Adresse : .....
Code postal : ..... Ville : .....
Tél. : ..... e-mail : .....
Je souhaite recevoir par e-mail :
☐ Les communiqués de presse
☐ Les dossiers de presse
☐ Les informations exclusives

Que vous soyez journaliste, partenaire, en recherche d'emploi, ou simplement curieux (se)… toutes les informations du groupe se retrouvent sur une seule adresse : Le nouveau site corporate de Voyages-sncf.com. Innovant et tout en image, il permet à chacun de trouver l'ensemble des réponses, de partager et de rester connecté à l'actualité du groupe.

> VOIR LA VIDÉO
Site corporate
Flashez le code pour découvrir notre site corporate !

Voyages-sncf.com
2 place de la Défense
92053 Paris La Défense Cedex
Tél : +33(0)1 74 54 13 00
http://www.voyages-sncf.com

CONTACTS
Voyages-sncf.com
Directeur de la communication
François Bitouzet
fbitouzet@voyages-sncf.com

Directeur adjoint de la communication
Nicolas Desgranges
ndesgranges@voyages-sncf.com

Chargée de communication
Aurélia Le Baudour
alebaudour@voyages-sncf.com

RELATIONS PRESSE

CORPORATE

ALCHIMIA
13, avenue de la Motte Picquet
75007Paris
www.alchimia-communication.frvlx
Fil Twitter : @AlchimiaConseil

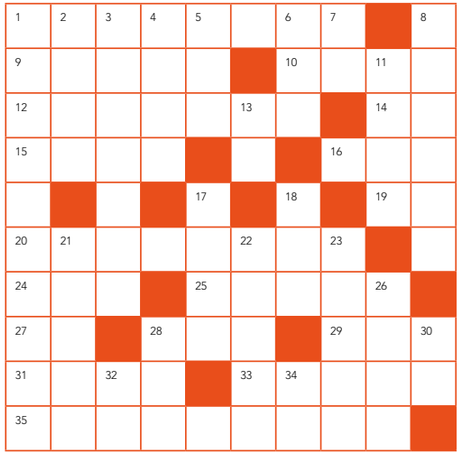
Emilie Delozanne : +33 (0)1 44 70 12 35
ed@alchimia-communication.fr

Ingrid Bregeon-Fall : +33 (0)1 44 70 12 31
ibf@alchimia-communication.fr

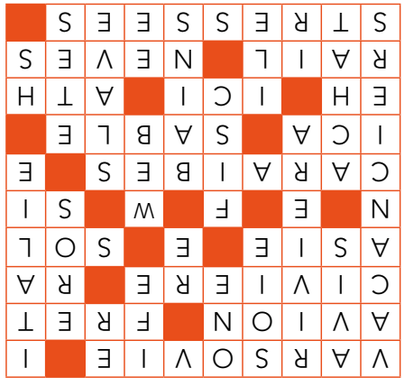
OFFRES

Pepper Menthe Communication
Samira Chakkaf Andalouci : +33 (0)7 86 11 14 52
+33 (0)1 39 47 93 40
samira@peppermenthe.com

MOTS CROISÉS



Horizontalement :
1. Capitale polonaise – 9. Il nous emmène au ciel – 10. Chargement de soute – 12. Transport de blessés – 14. Dieu égyptien – 15. Continent de la baguette – 16. On y atterrit – 19. Sur la gamme – 20. Destination de rêve – 24. ville du Pérou – 25. Souvent doux et blanc – 27. Exclamation – 28. Là – 29. Dans le Hainaut – 31. Route du TGV – 33. A voir dans les montagnes – 35. Les vacances sont faites pour ne plus l'être



Verticalement :
1. Ils font du tourisme – 2. Pour louer une voiture – 3. Dans le sud – 4. Tissu ou route – 5. Le premier à Londres – 6. Ville du Nigeria – 7. Infinitif – 8. Le pays des Pouilles – 11. Dieu de l'amour – 13. Île de France – 17. Il ne vous enlèvera pas vos souvenirs de voyage – 18. On y navigue – 21. Le propre de l'e-commerce – 22. De mer ou en piscine – 23. De l'est – 26. Après les printemps – 28. Terre dans mer – 30. Exténué – 32. Infinitif – 34. Fin de soirée

SUDOKU

A			H	C				B
E	G				A			
			E		I		F	D
G		D			H	E	I	
		C		A		D		
	E	A	D			C		F
C	F		G		D			
			F				G	I
H				E	B			C

CRÉDITS PHOTOS : © couverture : vectorlart / Fotolia ; 2ème de couverture : Beboy / Fotolia ; pp. 1, 4, 5, 15, 18, 38, 40, 46, 59 : SNCF Médiathèque ; p. 1, 5 : Eric Bernard ; pp. 2, 3 : Thomas Pajot, bloomua, arturaliev / Fotolia ; p. 4 : Alexandre Nestora ; p. 5 : Antoine Doyen ; p. 8 : olly / Fotolia ; p. 11 : Uolir / Fotolia, Max Topchii / Fotolia, machiavel007 / Fotolia ; p. 13 : Perseomedusa / Fotolia ; p. 14 : alivepix / Fotolia ; p. 16 : Paul Hill / Fotolia ; p. 19 : Myimagine / Fotolia ; p. 21 : Ciaobucarest / Fotolia ; p. 22. : Paul Hill / Fotolia ; p. 24 : Riccardo Piccinini / Fotolia ; p. 27 : Fotowerk / Fotolia ; p. 29 : termis1983 / Fotolia ; p. 31 : Herb / Fotolia ; p. 33. : olly / Fotolia ; p. 34 : bilderstoeckchen / Fotolia ; p. 37 : contrastwerkstatt / Fotolia ; p. 40 : Rido / Fotolia ; p. 42 : violetkaipa / Fotolia ; p. 45 : Art Allianz / Fotolia ; p. 47 : Sergey Nivens / Fotolia ; p. 48 : olly / Fotolia ; p. 51 : xiaoliangge / Fotolia ; p. 52 : olly / Fotolia ; p. 54 : Jakub Jirsák / Fotolia ; p. 57 : pressmaster / Fotolia ; p. 61 : goodluz / Fotolia ; p. 63 : Phil_Good / Fotolia ; p. 64 : J.Sommer / Fotolia ; p. 65 : Fotolia XXV, Image Source / Fotolia.

Antoine Doyen, SNCF Médiathèque, Delphine Duteil, Alchimia - SARL Ouisa Rahab-Guez pour Voyages-sncf.com

L'HOROSCOPE 2013

CAPRICORNE 22/12 - 20/01

Le soleil irradiera votre ciel astral entre juillet et août, plaçant l'été 2013 sous le signe du succès. Coté santé, c'est la forme. Les vacances idéales pour vous ? Un séjour sportif, dynamique, des excursions dans la nature, des balades interminables : il faut dépenser toute cette énergie !

VERSEAU 21/01 - 18/02

Une chose est sûre : Mercure rayonne dans votre ciel, écartant tout obstacle à la réalisation de vos projets aussi bien professionnels que relationnels. Coté amour, vous verrez la passion prendre possession de votre couple et un séjour en amoureux dans une destination du sud vous permettra de recharger vos batteries.

POISSONS 19/02 - 20/03

Mars est la planète qui prendra place dans votre ciel astral pour booster votre énergie ! Du coup, vous aurez une pêche d'enfer et le moral qui va avec. Sur le plan relationnel, vous aurez l'occasion de vous créer des amitiés nouvelles par le biais des clubs de loisirs, de voyages, ou d'applications mobiles dédiées aux rencontres géolocalisées.

BÉLIER 21/03 - 20/04

Pour vous, les amitiés à l'étranger ou avec des étrangers seront à plus d'un titre profitables car elles devraient déboucher sur de belles opportunités. Seule ombre au tableau, les affaires de cœur… Prenez du temps pour vous, tout sera bon pour ne point attiser les tensions : avec un week-end romantique à Deauville par exemple.

TAUREAU 21/04 - 21/05

Soleil et Mercure fusionnent dans votre ciel, un climat idéal pour lâcher prise… A l'approche des premiers frimas, pourquoi ne pas prévoir dans votre agenda un petit séjour vers Marseille ou Biarritz, pour terminer l'année en douceur. Laissez-vous tenter et mettez votre nature solitaire de côté.

GÉMEAUX 22/05 - 21/06

Jupiter vous encourage à ne pas rester à l'étroit dans votre corps, la balle est dans votre camp. Strasbourg ou Toulouse, deux villes qui aiguiseront également votre esprit curieux, votre soif de connaissance. Vous aborderez 2013 plein d'énergie et, qui sait (peut-être), avec un nouveau partenaire avec qui vous pourrez partager les émotions de ce petit break.

CANCER 22/06 - 22/07

Vous ressentez le besoin de décompresser, alors pourquoi ne pas profiter des vacances d'Été pour aller faire un tour vers des cieux plus cléments… Vénus est au zénith dans votre ciel, vous avez besoin de vous rebooster autant moralement que physiquement : un petit séjour dans des eaux bleues et chaudes vous redonneraient tonus et vitalité.

LION 23/07 - 23/08

Comme Vénus vous l'a ordonné, vous n'hésiterez pas à prendre une formule all-inclusive en hôtel, histoire de vous concentrer exclusivement sur toutes sortes d'activités. C'est dans ce cadre paisible et convivial que vous puiserez l'énergie dont vous avez toujours besoin.

VIERGE 24/08 - 23/09

En matière de voyages et de vacances, ne prenez surtout pas de risques, les Vierge ! Vous adorez être en terrain conquis, et connaître les bons rouages de votre prochain voyage n'a pas de prix ! Les habitudes vous sécurisent alors que l'inconnu réserve surtout de mauvaises surprises. Remplissez votre tête de paysages escarpés ou vallonnés et revenez-nous requinquée !

BALANCE 24/09 - 23/10

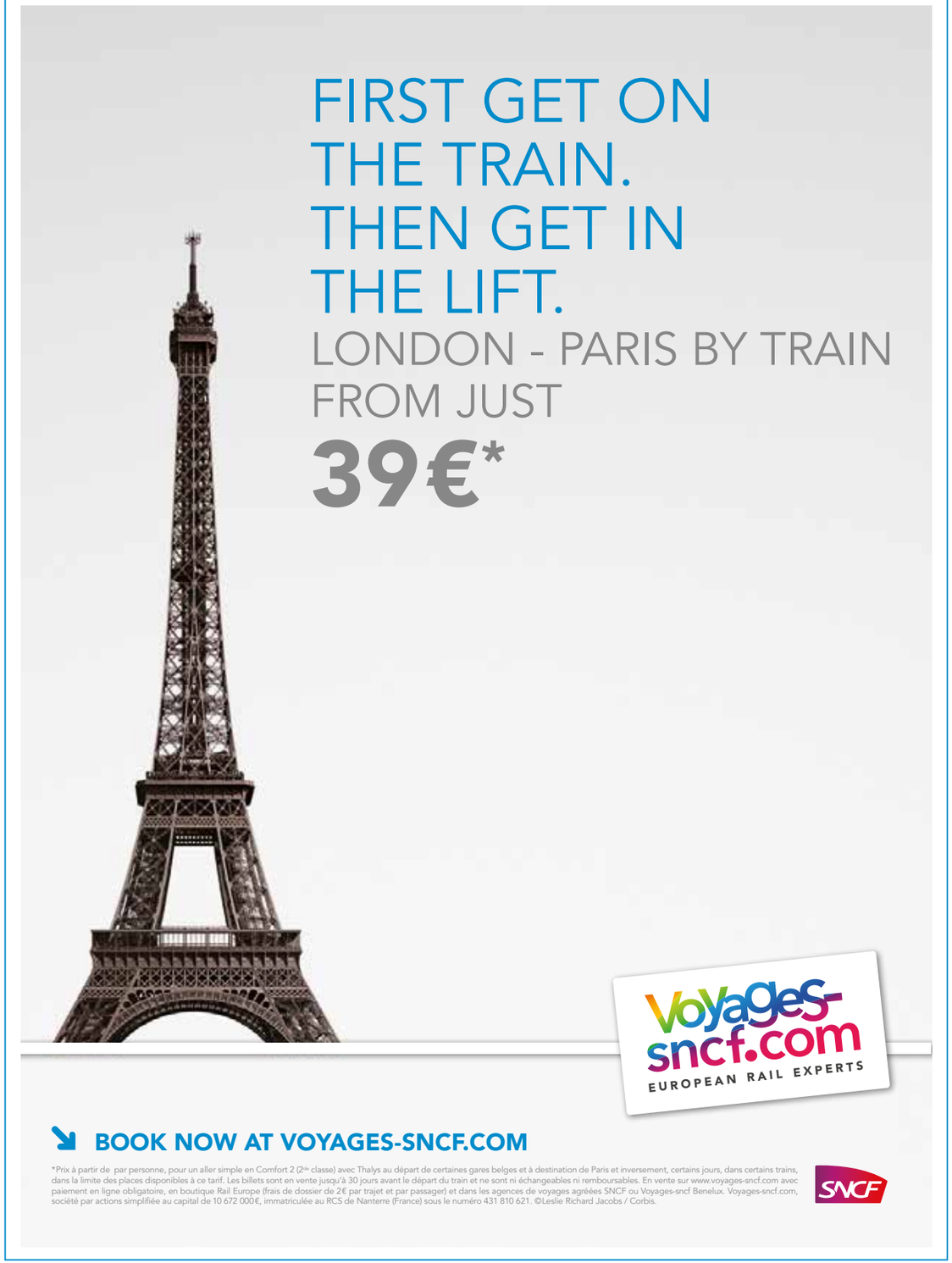
Changer, innover, découvrir : voyager, c'est d'abord s'ouvrir ! Vos neurones de Balance pétillent rien qu'à l'idée de nouveaux horizons et réclament volontiers du dépaysement. Visitez les villes et régions remplies de vestiges artistiques (les châteaux de la Loire par exemple), jouez les épicuriennes sur la route des vins, ou devenez une adepte des Relais Châteaux !

SCORPION 24/10 - 22/11

Avec vous, Scorpion, c'est l'évasion qui joue à fond ! Un voyage doit faire voltiger votre imagination et figurer une sorte de rêve ! Mais l'insouciance doit aussi faire partie du voyage alors ne partez pas trop à l'aventure ; le Mont St Michel et son atmosphère fantasmagorique, Disneyland et son culte de l'enfance, vous avez le choix !

SAGITTAIRE 23/11 - 21/12

N'hésitez pas à vous offrir une semaine «bling bling», allez flamber quelques jours en Corse, ou jouez la carte «chic» à Cannes... Vous en mettre plein les yeux, faire des heureux : l'endroit où vous vivez est toujours beaucoup trop étriqué pour vos généreuses ambitions et les voyages sont des réponses naturelles à votre ego rebelle !


FIRST GET ON
THE TRAIN.
THEN GET IN
THE LIFT.
LONDON - PARIS BY TRAIN
FROM JUST
39€*
Voyages-sncf.com
EUROPEAN RAIL EXPERTS
BOOK NOW AT VOYAGES-SNCF.COM
*Prix à partir de par personne, pour un aller simple en Comfort 2 (2de classe) avec Thalys au départ de certaines gares belges et à destination de Paris et inversement, certains jours, dans certains trains, dans la limite des places disponibles à ce tarif. Les billets sont en vente jusqu'à 30 jours avant le départ du train et ne sont ni échangeables ni remboursables. En vente sur www.voyages-sncf.com avec paiement en ligne obligatoire, en boutique Rail Europe (frais de dossier de 2€ par trajet et par passager) et dans les agences de voyages agréées SNCF ou Voyages-sncf Benelux. Voyages-sncf.com, société par actions simplifiée au capital de 10 672 000€, immatriculée au RCS de Nanterre (France) sous le numéro 431 810 621. ©Leslie Richard Jacobs / Corbis.
SNCF

1H30 VOUS SÉPARE DE LA VIE DE CHÂTEAU.

BRUXELLES - MARNE-LA-VALLÉE DISNEYLAND PARIS EN TRAIN À PARTIR DE

29€*

Voyages-sncf.com
EUROPEAN RAIL EXPERTS

↘ À RÉSERVER SUR VOYAGES-SNCF.COM

*Prix Prem's, à partir de et par personne, valable pour un aller simple en seconde classe sur la destination Bruxelles-Marne-la-Vallée Disneyland Paris, certains jours dans certains trains et dans la limite des places disponibles à ce tarif. Les billets sont en vente jusqu'à 15 jours avant le départ du train et ne sont ni échangeables ni remboursables. Offre non cumulable avec toute autre promotion en cours ou tarif réduit SNCF. En vente sur www.voyages-sncf.com avec paiement en ligne obligatoire, en boutique Rail Europe (frais de dossier de 2€ par trajet et par passager) et dans les agences de voyages agréées SNCF ou Voyages-sncf Benelux. Voyages-sncf.com, société par actions simplifiée au capital de 10 672 000€, immatriculée au RCS de Nanterre (France) sous le numéro 431 810 621.
©JohnSones Singing Bowl Media / Getty Images.

SNCF